

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja • Yritykset • 2021:59

Suomen matkailustrategia 2019–2028

Toteuman seuranta vuosilta 2019–2021



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Suomen matkailustrategia 2019–2028

Toteuman seuranta vuosilta 2019–2021

Jeremias Kortelainen, Tiina Koivula, Jenna Siltala & Mikko Wennberg,
Owal Group Oy

Julkaisujen jakelu

Distribution av publikationer

**Valtioneuvoston
julkaisuarkisto Valto**

Publikations-
arkivet Valto

julkaisut.valtioneuvosto.fi

Julkaisumyynti

Beställningar av publikationer

**Valtioneuvoston
verkkokirjakauppa**

Statsrådets
nätbokhandel

vnjulkaisumyynti.fi

Työ- ja elinkeinoministeriö

This publication is copyrighted. You may download, display and print it for Your own personal use. Commercial use is prohibited.

ISBN pdf: 978-952-327-959-9

ISSN pdf: 1797-3562

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2021

Suomen matkailustrategia 2019–2028

Toteuman seuranta vuosilta 2019–2021

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2021:59		Teema	Yritykset
Julkaisija	Työ- ja elinkeinoministeriö		
Tekijä/t	Jeremias Kortelainen, Tiina Koivula, Jenna Siltala ja Mikko Wennberg		
Yhteisötekijä	Owal Group Oy		
Kieli	Suomi	Sivumäärä	75
Tiivistelmä			
<p>Suomen matkailustrategia 2019–2028 asettaa tavoitteet sekä toimenpiteet Suomen matkailun kehittämiseen. Strategian toteumaa seurataan kokonaisuudessaan ja toimenpiteittäin kahden vuoden välein. Tässä raportissa esitetään vuosien 2019–2021 toteuman seuranta.</p> <p>Kaikissa matkailustrategian neljässä teemassa on onnistuttu edistämään matkailun kehittämisen toimenpiteitä jo ensimmäisinä vuosina, mutta vaihtelu toimenpiteiden etenemisessä on suurta. Toimenpideryhmittäin tarkasteltuna kokonaisuutena pisimmälle vaikuttavat edenneen matkailutuotteiden ja -palveluiden digitalisointi ja digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen sekä saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen.</p> <p>Toteuman seurannan perusteella suositellaan työvoiman saatavuushaasteiden ratkaisemiseksi konkreettisia toimenpiteitä, jotka on mitoitettu muuttuva tilanne huomioiden. Lisäksi suositellaan tunnistamaan jatkossakin kestävyiden edistämisen ja kotimaanmatkailun kasvanut merkitys. Matkailualan digitalisaation etuja tulee tuoda näkyviksi yrityksille, ja matkailualan digiosaamisen kasvattamista tarvitaan edelleen. Strategian toimenpiteiden kohdentamista tulisi harkita temaattisesti. Osa toimenpiteistä on vain välillisesti kytköksissä matkailuun, mikä vaikeuttaa niiden tulosten tunnistamista. Tiedolla johtamisen kehittäminen hyötyisi kokonaisvaltaisemmasta näkökulmasta.</p>			
Asiasanat	yritykset, elinkeinot, matkailu, strategiat, matkailupolitiikka, poikkihallinnollisuus		
ISBN PDF	978-952-327-959-9	ISSN PDF	1797-3562
Julkaisun osoite	https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-959-9		

Finlands turismstrategi 2019–2028 Bedömning av utfallet 2019–2021

Arbets- och näringsministeriets publikationer 2021:59		Tema	Företag
Utgivare	Arbets- och näringsministeriet		
Författare	Jeremias Kortelainen, Tiina Koivula, Jenna Siltala och Mikko Wennberg		
Utarbetad av	Owal Group Oy		
Språk	Finska	Sidantal	75
Referat			
<p>Finlands turismstrategi 2019–2028 ställer upp mål och åtgärder för att utveckla turismnäringen i Finland. Utfallet av strategin följs upp i sin helhet och per åtgärd vartannat år. I den här rapporten presenteras uppföljningen av utfallet 2019–2021.</p> <p>I alla fyra teman i turismstrategin har man redan under de första åren lyckats främja åtgärder som utvecklar turismnäringen, men det finns en stor variation i hur åtgärderna framskrider. Betraktat enligt åtgärdsgrupp som helhet verkar digitaliseringen av turismprodukter och turismtjänster och fokuseringen av den digitala marknadsföringen inom turismnäringen samt utvecklingen av tillgängligheten med beaktande av turismnäringen behov ha nått längst.</p> <p>Baserat på uppföljningen av utfallet rekommenderas konkreta åtgärder som är dimensionerade med beaktande av den föränderliga situationen för att lösa utmaningarna i fråga om tillgången på arbetskraft. Dessutom rekommenderas det att man även i fortsättningen identifierar den ökade betydelsen av att främja hållbarhet och av den inhemska turismnäringen. Fördelarna med digitaliseringen inom turismbranchen bör göras synliga för företagen, och det behövs fortfarande ökad digital kompetens inom turismbranchen. Inriktningen av åtgärderna i strategin bör övervägas tematiskt. En del av åtgärderna är endast indirekt kopplade till turismbranchen, vilket gör det svårare att identifiera vilka resultat åtgärderna har. En utveckling av informationsledningen vore till nytta ur ett mer helhetsperspektiv.</p>			
Nyckelord	företag, näringar, turism, strategier, turismpolitik, förvaltningsövergripande verksamhet		
ISBN PDF	978-952-327-959-9	ISSN PDF	1797-3562
URN-adress	https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-959-9		

Finland's Tourism Strategy 2019–2028

Monitoring of implementation in 2019–2021

**Publications of the Ministry of
Economic Affairs and Employment 2021:59**

Subject

Enterprises

Publisher

Ministry of Economic Affairs and Employment of Finland

Author(s)

Jeremias Kortelainen, Tiina Koivula, Jenna Siltala and Mikko Wennberg

Group author

Owal Group Oy

Language

Finnish

Pages

75

Abstract

Finland's Tourism Strategy 2019–2028 sets objectives and measures for the development of the Finnish tourism sector. The implementation of the strategy will be monitored as a whole and by each measure every two years. This report presents the monitoring of the implementation in 2019–2021.

While all four themes of the tourism strategy have been successful in promoting measures to develop the tourism sector already in the first few years, the progress of the measures varies greatly. Examined by groups of measures, the most advances appear to have been made in digitalising tourism products and services, improving efficiency of digital tourism marketing, and developing accessibility while taking into account the needs of the tourism sector.

Based on the results of the monitoring, the report recommends concrete measures designed for the changing situation to solve the challenges related to the availability of labour. According to the report, the recognition of the increased significance of promoting sustainability and domestic tourism needs to continue. The benefits of digitalisation in the tourism sector should be made visible to companies and digital competence in the sector needs to be increased. Targeting the strategy measures should be considered thematically. Some of the measures have only indirect links with the tourism sector, which makes it more difficult to identify their results. The development of knowledge-based management would benefit from a more comprehensive perspective.

Keywords

enterprises, industries, tourism, strategies, tourism policy, cross-sectoral approach

ISBN PDF

978-952-327-959-9

ISSN PDF

1797-3562

URN address

<https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-959-9>

Sisältö

Esipuhe	7
1 Tausta ja tavoite	8
1.1 Tausta.....	8
1.2 Tehtävänanto.....	8
1.3 Seurannan toteutus ja arviointimalli	10
2 Määrällisten tavoitteiden toteuma	13
3 Toimenpiteiden toteutuminen	19
3.1 Kestävydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti	19
3.1.1 Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja.....	20
3.1.2 Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi	26
3.2 Matkailualan digitalisointi	36
3.2.1 Matkailutuotteiden ja -palveluiden digitalisointi ja digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen	37
3.2.2 Matkailualan digiosaamisen kehittäminen	40
3.3 Matkailupalveluiden kasvua tukeva saavutettavuus.....	42
3.3.1 Saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen	43
3.3.2 Liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen	48
3.4 Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen	49
3.4.1 Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen	50
3.4.2 Tiedolla johtamiseen panostaminen.....	53
3.4.3 Matkailun kestävää kasvua tukeva lainsäädäntö, maankäyttö sekä toimintakulttuuri	57
3.4.4 Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen	61
4 Johtopäätökset ja suositukset	64
4.1 Johtopäätökset.....	64
4.2 Suositukset	66
4.3 Läpileikkaavia näkökulmia.....	68
Liite 1 Toimijoiden roolit	70
Liite 2 Määrällisten mittarien selitteet ja lähteet	73
Lähteet	75

ESIPUHE

Suomen matkailustrategia 2019–2028 ohjaa matkailutoimijoita yhdessä rakentamaan Suomesta Pohjoismaiden kestävimmin kasvavaa matkailukohdetta. Matkailustrategian toteutuksen seuranta on strategiaa laadittaessa sovittu tehtäväksi kahden vuoden välein. Tämä raportti on strategian ensimmäinen toteutuksen arviointi.

Matkailualan kehittäminen vaatii poikkeihallinnollista ja laajan toimijajoukon tiivistä yhteistyötä. Suomen matkailustrategia on laadittu työ- ja elinkeinoministeriössä laajassa yhteistyössä muiden ministeriöiden ja matkailualan toimijoiden kanssa. Yhteisvalmistelun laajuus ja vastuutahojen moninaisuus näkyvät matkailustrategian määrällisten mittarien ja sisältöpainotusten valinnassa. Matkailustrategian toimenpiteet ovat edenneet kaikissa teemoissa jo ensimmäisellä seurantajaksolla, mikä luo hyvän pohjan koko strategian toteutumiselle. Strategian toimeenpanon ja seurannan tehostamiseksi jatkossa on kuitenkin syytä pohtia, voisiko strategiaa ja erityisesti toimenpideohjelmää vielä tiivistää ja terävöittää.

Raportin tulosten perusteella koronapandemia ei ole hidastanut strategian toimeenpanoa siinä laajuudessa mitä saattoi epäillä. Koronapandemian aiheuttamat negatiiviset vaikutukset ja rajoitukset esimerkiksi kansainväliselle matkustamiselle ovat mahdollisesti vauhdittaneet matkailustrategian toimeenpanoa mm. kotimaanmatkailun kehittämisessä.

Tämän seurantaraportin tuloksia tullaan hyödyntämään matkailustrategian toimenpiteiden painotusten tarkastamisessa. Toivon hyvillä tuloksilla olevan myös kannustava vaikutus vastuutahoille yhdessä asetettujen matkailun tavoitteiden saavuttamiseen. Raportin tuloksia hyödynnetään taustamateriaalina myös matkailustrategian mahdollisen uudistamisen arvioinnissa.

Työ- ja elinkeinoministeriö kiittää toimenpiteiden vastuutahoja toteutuksen raportointiin osallistumisesta ja Owl Group Oy:ta asiantuntevasta ja sujuvasta työn toteutuksesta. Suomen matkailustrategian toteutuksen arviointitulokset tarjoavat arvokkaan ja hyödyllisen tietopohjan matkailun kansalliselle kehittämiselle ja matkailustrategian vision toteutumiselle.

Ilona Lundström
osastopäällikkö, ylijohtaja
joulukuu 2021

1 Tausta ja tavoite

1.1 Tausta

Vuosille 2019–2028 luotu matkailustrategia ”Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun” asettaa tavoitteet sekä toimenpiteet Suomen matkailun kehittämiseen tuleville vuosille. Matkailustrategian tavoitteena on toimia matkailualan toimijoiden yhdistävänä ja ohjaavana välineenä, jolla kehitetään tuloksekasta matkailupolitiikkaa Suomessa. Matkailustrategiaa toteutetaan valtiontalouden kehyspäästösten ja valtion talousarvioiden mukaisten voimavarojen puitteissa.

Matkailustrategiaa toteutetaan usean toimijan yhteistyönä, joten toimenpiteiden kirjo on laaja. Suomen matkailupolitiikan toimenpiteet ovat tiiviisti yhteydessä matkailustrategiaan edistämällä Suomen elinkeinoelämää ja työllisyyttä. Matkailustrategiassa on linjattu, että strategian toteuman seuranta tehdään kokonaisuudessaan ja toimenpiteittäin kahden vuoden välein. Määrällisiä tavoitteita seurataan vuositasolla. Muilta osin seuranta perustuu vastuutahojen raportointiin toimenpiteiden etenemisestä. Toteuman seurantaa hyödynnetään strategian kehittämisessä ja päivitystyössä.

1.2 Tehtävänanto

Tässä raportissa kuvataan Suomen matkailustrategian 2019–2028 toteuman arvioinnin malli ja mallin mukaisesti koostetut strategian toimenpiteiden seurantatulokset vuosilta 2019–2021. Lisäksi raportissa esitetään teemoittain johtopäätökset toimenpiteiden etenemisestä ja suosituksia strategian loppukauden toimenpiteiden kohdentamisesta. Suositukset edustavat toteuman arvioinnin toteuttavien asiantuntijoiden näkemyksiä, eivät työ- ja elinkeinoministeriön virallista kantaa.

Eteneminen kohti strategian visiota edellyttää paitsi toimenpiteiden toteuttamista, myös eri määrällisten tavoitteiden saavuttamista. Kokonaisuutta on kuvattu kuviossa 1. Matkailustrategian toimenpiteitä toteuttavia toimijoita ovat muun muassa ministeriöt, Metsähallitus, ELY-keskukset, maakuntien liitot, kunnat, Business Finland, Visit Finland, matkailun alueorganisaatiot, alueelliset kehittämissyhtiöt, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot sekä matkailuyritykset. Matkailustrategiaa toteuttavia vastuutahoja ja toimijoiden tehtäviä matkailualan kehittämisen näkökulmasta on kuvattu Suomen matkailustrategiassa (TEM 2019) luvussa 5 ja tämän raportin liitteessä 1.

Kuvio 1. Matkailustrategian kokonaisuus



Strategian toimenpiteiden rahoittamisessa hyödynnetään sekä julkista (kansallinen ja EU) että yksityistä rahoitusta. Matkailuyrityksille julkinen rahoitus on liiketoiminnan kehittämis- ja markkinointitoimenpiteissä vain pieni osa, sillä matkailuyritykset rahoittavat tältä osin toimintaansa pääasiassa itse. Rahoitusmahdollisuuksien edistämisen rinnalla toimenpiteiden toteuttaminen edellyttää avointa yhteistyötä ja olemassa olevien henkilö- ja rahoitusresurssien vahvempaa kohdentamista. Rahoituksen osalta matkailustrategiassa toivotaan erityisesti alueiden ja toimijoiden välille lisää tehokkuutta ja synergiaa sekä hankkeisiin jo suunnitteluvaiheissa mahdollisia hankekonsortioita. Näiden myötä toimiviksi todettuja käytäntöjä voitaisiin siirtää mahdollisimman monelle alueelle.

1.3 Seurannan toteutus ja arviointimalli

Nyt toteutettu seuranta on ensimmäinen nykyistä matkailustrategiaa koskeva tarkastelu ja se koskee vuosia 2019–2021. Matkailustrategian toteuman seuranta toteutettiin toimijakohtaisella sähköisellä tietopyynnöllä. Lisäksi joidenkin organisaatioiden osalta toteutettiin tarkentavaa tiedonkeruuta sähköpostitse tai puhelimitse. Tietopyyntö sisälsi kysymykset toimenpiteen toteutuksen asteesta, tehdyistä toimenpiteistä, toteutumiseen vaikuttaneista tekijöistä, toimenpiteen relevanssista sekä mahdollisista mittareista tai indikaattoreista. Vastaajia pyydettiin raportoimaan toimenpiteiden toteutuksesta ainoastaan niissä toimenpiteissä, joissa heidät oli merkitty vastuutahoiksi.

Toimenpiteiden toteutumista tarkasteltiin kunkin toimenpiteen osalta erikseen. Nämä tulokset on esitetty luvun 3 alalukujen taulukoissa. Johtopäätökset muodostettiin lähtökohtaisesti teemoittain tai toimenpideryhmittäin pohjautuen yksittäisiin toimenpiteisiin. Alalukujen toimenpideryhmän toteuman tiivistävissä yhteenvedoissa on huomioitu toimenpidetaulukon lisäksi kaikki muu tietopyynnöllä kerätty materiaali, ja se on siten kattavampi kuin yksittäisten toimenpiteiden arviot. Teemat ja toimenpideryhmät on esitetty taulukossa 1.

Taulukko 1. Matkailustrategian teemat ja toimenpideryhmät

Teema	Toimenpideryhmä
Kestävyydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti	Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja
	Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi
Matkailualan digitalisointi	Matkailutuotteiden ja -palveluiden digitalisointi ja digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen
	Matkailualan digiosaamisen kehittäminen
Matkailupalveluiden kasvua tukeva saavutettavuus	Saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen
	Liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen
Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen	Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen
	Tiedolla johtamiseen panostaminen
	Matkailun kestävää kasvua tukeva lainsäädäntö, maankäyttö sekä toimintakulttuuri
	Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen

Yksittäisten toimenpiteiden osalta tarkastelu toteutettiin kuusiportaisella asteikolla, jossa:

- 0 = Toimenpidettä ei ole käynnistetty
- 1 = Toimenpide on käynnistetty
- 5 = Toimenpide on valmis

Näin ollen asteikon keskimääräinen arvo 3 tarkoittaa käynnistetyn toimenpiteen olevan kesken. Analyysissä arvot 0 ja 1 ovat saaneet punaisen värin, 2 ja 3 sinisen sekä 4 ja 5 vihreän. Kokonaisarvio toimenpiteen tilanteesta on arvioitsijoiden näkemys kokonaisuudesta. Siinä on huomioitu kaikki kyseiseen toimenpiteeseen liittyvä kerätty aineisto.

Merkittävä osa toimenpiteistä on sellaisia, että ne ovat edenneet eri tahtisesti eri organisaatioissa. Tällöin toimenpiteestä on voinut toteutua joitakin osia, mutta joitain osia ei ole vielä käynnistetty lainkaan. Tämän kaltaisissa tilanteissa kokonaisarvio toimenpiteestä sijoittuu useimmiten asteikon keskivaiheille. Lisäksi arvioita tulkittaessa on syytä huomioida, että arvio kohdentuu ensisijaisesti tehtyihin toimiin. Esimerkiksi ”edistämistä”, ”kehittämistä” tai ”parantamista” on voitu tehdä suunnitellusti, mutta tämä ei vielä näy muutoksena toimenpiteen kohteessa. Kaikille toimenpiteille ei ole myöskään määritelty kriteerejä,

joiden perusteella toimenpiteen voisi arvioida olevan valmis. Näistä syistä painoarvoa kannattaa antaa arvosanaa enemmän sanalliselle vastaukselle tiivistävälle arviolle sekä johtopäätökselle, jossa on huomioitu useampia toimenpiteitä ja koko aineisto.

Kaikki tietopyynnöllä kerätty aineisto on toimitettu Suomen matkailustrategian seurantaa koordinoivalle työ- ja elinkeinoministeriölle, ja sitä hyödynnetään toimenpiteiden jatkovalmistelussa.

Raportin luvussa 2 kuvataan määrällisten tavoitteiden toteutumisen tilanne. Luvussa 3 esitetään teemoittain ja toimenpideryhmittäin toimenpiteiden toteutuminen seurantaan perustuen. Neljännessä luvussa esitetään kootusti johtopäätökset, suositukset ja aineistosta esiin nousseita läpileikkaavia teemoja jatkotyön tueksi.

2 Määrällisten tavoitteiden toteuma

Matkailustrategiassa on asetettu määrällisiä tavoitteita Suomen matkailualan kehittymiselle vuosille 2019–2028. Tässä luvussa tarkastellaan määrällisten tavoitteiden toteumaa vuosina 2019–2021. Vertailun vuoksi mukana tarkastelussa ovat myös vuosien 2023 ja 2028 tavoitteet sekä vuoden 2018 toteuma. Määrällisten mittarien selitteet ja lähteet on esitelty liitteessä 2.

Useat matkailutilastot julkaistaan muutaman vuoden viiveellä, joten erityisesti vuosien 2019–2021 kohdalla taulukossa 2 esitetyt luvut ovat ennakkotietoja tai -arviota. Esimerkiksi vuoden 2019 matkailukysyntä, matkailuvienti sekä kotimainen matkailukysyntä on ilmoitettu ennakkotietona ja vuosien 2020 ja 2021 vastaavat luvut ennakoarvioina. Lisäksi on huomioitava, että osaa vuosien 2019–2021 tavoitteiden toteumasta ei ole mahdollista arvioida ja osaa luvuista ei ole julkaisuviiveen vuoksi saatavilla. Myöskään tietoja matkailun osuudesta Suomen bruttokansantuotteesta (bkt) tai työllisyysvaikutuksista vuonna 2020 ei ollut vielä raportin tekohetkellä saatavilla. Vuoden 2021 osalta on huomioitava, että osa määrällisten tavoitteiden toteumista on ennakkotietoja ajalta tammikuusyyskuu 2021. Nämä osittain puutteelliset luvut on huomioitava seuraavien tavoitteiden osalta: rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (ulkomaiset ja kotimaiset), majoitusmyynti ja Suomen markkinaosuus ulkomaisista yöpymisistä suhteessa muihin Pohjoismaihin.

Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden suosituimpien kohteiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudellisia kokonaistulovaikutuksia ei laskettu ollenkaan vuonna 2020 toisin kuin aiempina vuosina. Paikallistaloudellisten vaikutusten laskentaan tarvitaan maastoon asennetuista kävijälaskureista saatavat käyntimäärät sekä kävijöiden rahankäyttötiedot. Kävijätutkimusten maastossa toteutettavia haastatteluosuuksia ei koronapandemian vuoksi voitu toteuttaa, joten näitä tietoja ei ole saatavilla kuin kahdesta kohteesta. Metsähallitus on kuitenkin muodostanut vuodelle 2020 paikallistalousvaikutuksista arvion. Taulukossa 2 esitetty arvio ei perustu kävijätutkimuksiin kyseiseltä vuodelta, mutta pohjaa tietoon kysynnästä ja sen rakenteesta sekä aikaisempiin paikallistalousvaikutuslaskelmiin. (Metsähallitus 2021a.)

Taulukossa 2 on esitetty Suomen matkailustrategiassa mainittujen määrällisten tavoitteiden kehittyminen vuoteen 2021.

Taulukko 2. Määrällinen toteuma 2019—2021 ja tavoitteet vuosille 2023 ja 2028.

	2018	2019	2020	2021	2023	2028
Matkailukysyntä (mrd €)	15,7	16,3*	9,3**	10,9**	17	20
Matkailuvienti eli ulkomainen matkailukysyntä (mrd €)	4,9	5,3*	1,7**	1,4**	6	8
Kotimainen matkailukysyntä (mrd €)	10,8	11,0*	9,3**	9,5**	11	12
Matkailun suora arvonlisä bkt:sta (%)	2,7	2,7*	***	***	3	3
Matkailuklusterin yritysten liikevaihto (mrd €)	19,5	21,5	13,4	***	25	29
Matkailun aikaansaama työllisyys (hlöä)	147 700	154 000*	***	***	152 000	164 000
Rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	22,2	23,1	14,3	12,8*****	24	26
Ulkomaiset rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	6,8	7,1	2,3	1,0*****	8	10
Kotimaiset rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	15,4	16	12	11,8*****	15,5	16
Majoitusmyynti (milj. €)	1246	1389	748	623*****	1430	1643
Suomen markkinaosuus (%) ulkomaisista yöpymisistä suhteessa muihin Pohjoismaihin	14	14	15	8*****	15	16
Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden suosituimpien kohteiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset kokonaistulovaikutukset (milj. €)	289,5	321,9	371*****	377**	336	350
Metsähallituksen suojelalueiden, retkeilyalueiden ja luontokeskusten käyntimäärä (milj.)	8,17	8,21	9,2	9,3**	8,6	9
Suomen sijoitus ulkomaisten yöpymisten sesonkiluonteisuudessa suhteessa muihin Pohjoismaihin	1	1	1	***	1	1

*ennakkotieto

**ennakkoarvio

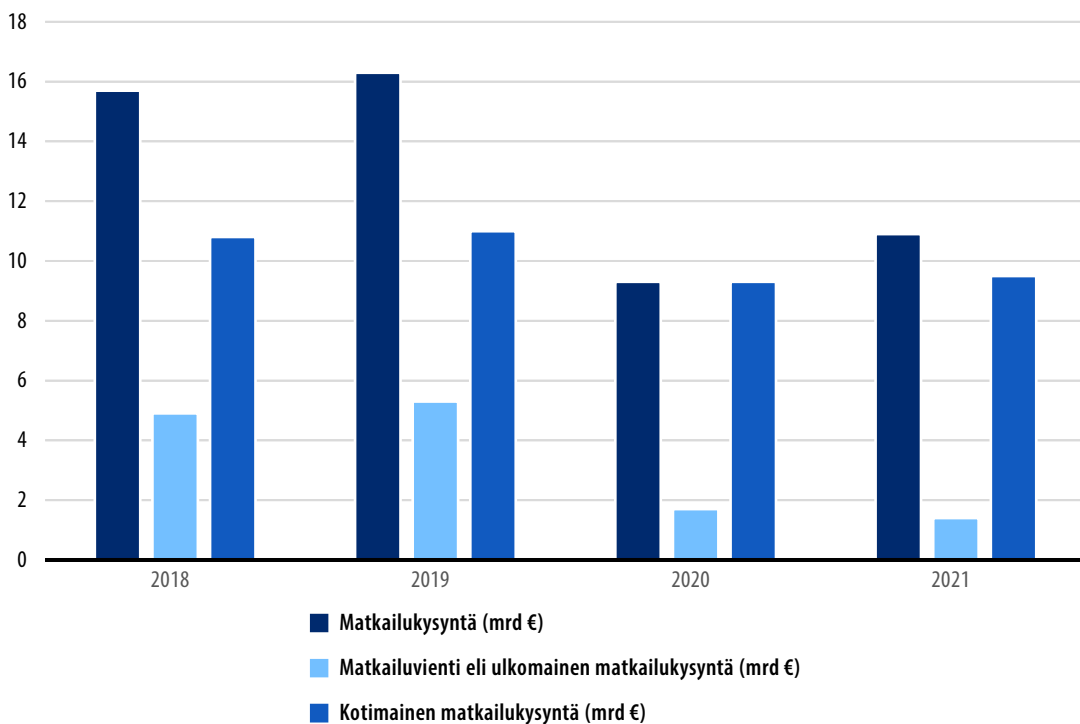
***lukua ei saatavilla

**** Metsähallituksen arvio, joka pohjaa tietoon kysynnästä ja sen rakenteesta sekä aikaisempien vuosien paikallistalousvaikutuslaskelmiin

*****2021 tammi–syyskuun ennakkotieto

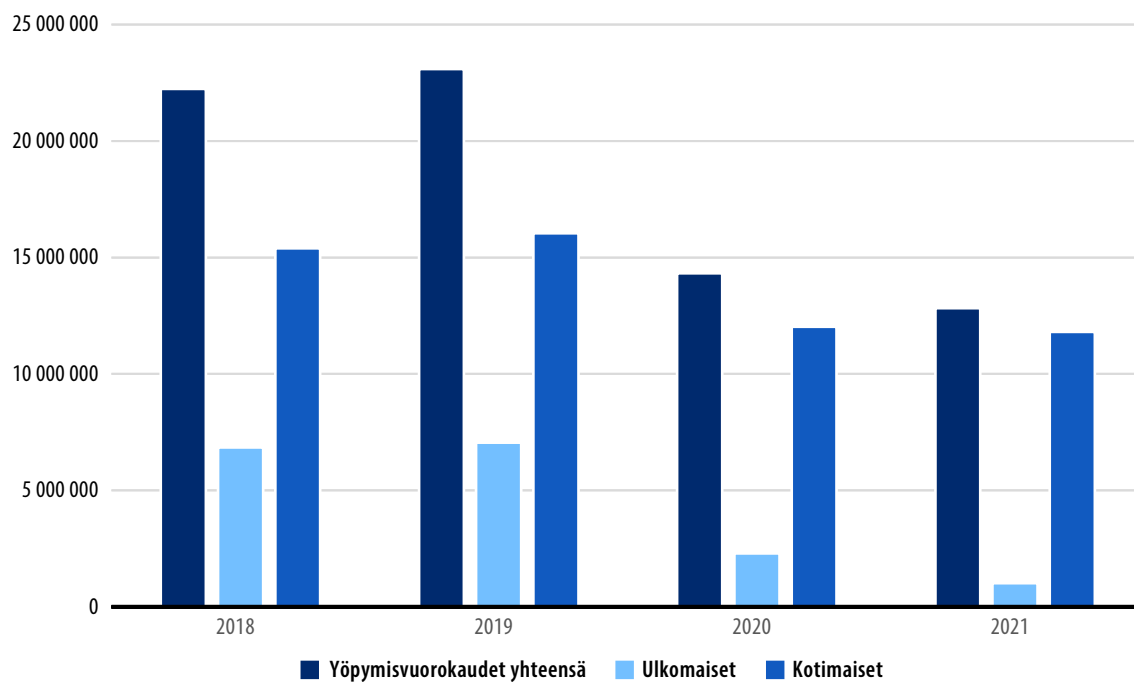
Matkailukysynnän kehitys Suomessa on ollut tasaista vuosina 2018–2019 ennen koronapandemiaa. Arvion mukaan vuonna 2020 suomalaiset ja ulkomaiset matkailijat käyttivät Suomessa rahaa 9,3 miljardia euroa, eli 42 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2019 (kuvio 2).

Kuvio 2. Matkailukysyntä Suomessa 2018–2021. Vuosien 2020 ja 2021 matkailukysynnän luvut ovat arvioita. Lähde: Visit Finland, Matkailutilinpito 2021 ja TEM 2021b.



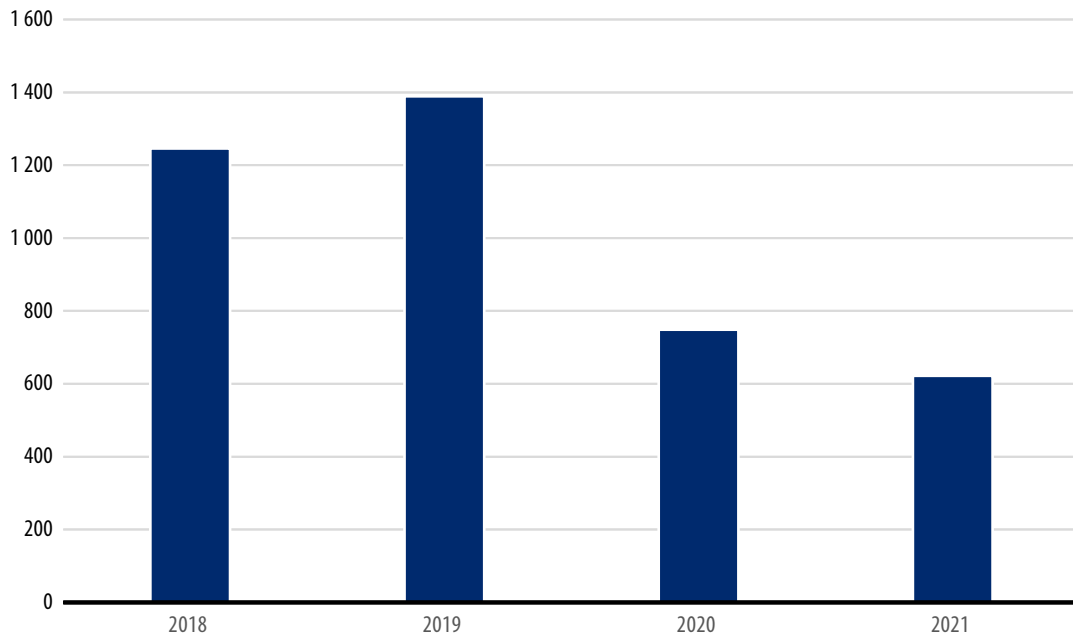
Kun vuonna 2019 rekisteröityjä yöpymisvuorokausia oli yhteensä noin 23 miljoonaa, oli vastaava luku vuonna 2020 enää noin 14 miljoonaa. Vuoden 2021 tammi–syyskuun ennakkotiedon mukaan rekisteröityjen yöpymisvuorokausien määrä oli noin 13 miljoonaa (kuvio 3).

Kuvio 3. Rekisteröityjen yöpymisvuorokausien kehitys vuosina 2018–2021. Vuoden 2021 luvut ovat ennakkotietoja (tammikuu–syyskuu). Lähde: Tilastokeskus, Majoitustilasto 2021.



Majoitusmyynti kääntyi laskuun vuonna 2020 (kuvio 4). Vuosina 2018 ja 2019 tilanne pysyi tasaisena. Vuoden 2021 luvut ovat ennakkotietoja aikaväliltä tammikuu–syyskuu.

Kuvio 4. Majoitusmyynti eli majoitusliikkeiden ilmoittama majoituksen myyntitulo (alv. mukaan lukien). Vuoden 2021 luku on ennakkotieto (tammikuu–syyskuu). Lähde: Tilastokeskus, Majoitustilasto 2021.



Koronapandemia on vaikuttanut voimakkaasti koko matkailualaan. Vuosien 2018–2019 aikana tapahtunut kehitys kaikilla määrällisen toteuman tarkastelualueilla kääntyi laskuun vuonna 2020. Ainoastaan tarkastelussa ollut Suomen markkinaosuus ulkomaisista yöpymisistä suhteessa muihin Pohjoismaihin sekä Metsähallituksen suojelualueiden, retkeilyalueiden ja luontokeskusten käyntimäärät kasvoivat vielä vuonna 2020. Vuosien 2020 ja 2021 pudotus on kuitenkin selkeä kaikilla osa-alueilla: esimerkiksi vaikutukset matkailukysyntään olivat merkittäviä ja arvioiden mukaan matkailijoiden kulutus laski lähes 7 miljardia euroa vuonna 2020. Ennakoarvion mukaan vuonna 2020 koronakriisi leikkasi ulkomaiden matkailijoiden kulutuksesta Suomessa noin 3,3 miljardia euroa eli lähes 67 prosenttia. Myös kotimaanmatkailun kysyntä vuonna 2020 koki suuren pudotuksen: ennakoarvion mukaan kysyntä supistui noin 20 prosenttia eli 1,7 miljardia euroa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021c.)

Työ- ja elinkeinoministeriö on yhteistyössä Tilastokeskuksen, Visit Finlandin, Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n ja Suomen matkailualan liitto SMAL ry:n kanssa arvioinut koronapandemian vaikutuksia Suomen matkailukysyntään. Kehityksen arviointi perustuu kansainvälisiin, kansallisiin ja alueellisiin tutkimuksiin ja arvioihin koronaviruspandemian laadullisista ja määrällisistä vaikutuksista matkailualalle, ja niissä on huomioitu alan kehitys pandemian aikana ja jälkeen. Kehitysarvioita on tarkasteltu kolmesta näkökulmasta: Business as Usual (BAU), optimistinen ja pessimistinen. Arviot pohjautuvat vuoden 2019

matkailutilinpidon ennakkotietoihin. Optimistinen arvio vuoden 2021 matkailukysynnästä on merkittävästi BAU-arviota matalampi. BAU-arvion mukaan vuoden 2021 matkailukysyntä lisääntyisi 4 prosenttia eli noin 0,7 miljardia euroa, jolloin matkailukysyntä nousisi 17 miljardiin euroon vuodessa. Optimistisen arvion mukaan vuoden 2021 matkailukysyntä tulee kuitenkin laskemaan 33 prosenttia eli noin 5,3 miljardia euroa, joten matkailukysynnän arvioidaan laskevan noin 10,9 miljardiin euroon vuodessa. Pessimistisen arvion mukaan laskua tapahtuisi peräti 39 prosenttia eli noin 6,3 miljardia euroa, jolloin matkailukysyntä laskisi alle 10 miljardiin euroon vuodessa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021b.)

3 Toimenpiteiden toteutuminen

3.1 Kestävyydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti

Tausta

Vastuullisen ja kestävän matkailualan rakentaminen on yhä tärkeämpää sekä yksittäisille matkailuyrityksille että Suomen matkailun kehittymiselle ja kasvulle. Suomen ainutlaatuiset luonnonolosuhteet sekä kulttuuriset elämykset määrittävät pitkälti matkailun liiketoimintaa, ja vastuullisia valintoja tulee tehdä sekä yksilön että yhteiskunnan tasolla. On koko matkailualan vastuulla ohjata matkailijoita kohti vastuullisia valintoja, ja samanaikaisesti kehittää mahdollisimman vastuullista ja kestävää matkailuelinkeinoja Suomessa. Keskeisessä roolissa kestävyiden, vastuullisuuden ja turvallisuuden huomioinnin kehittämisessä on tietoon perustuva kehittäminen.

Kestävässä matkailussa huomioidaan sekä nykyiset että tulevat matkailun taloudelliset, sosio-kulttuuriset ja ympäristölliset vaikutukset. Samanaikaisesti tulee huomioida matkailijoiden, matkailuyritysten, matkailukohteiden, ympäristön ja paikallisväestön tarpeet. Kestävä ja kannattava matkailun liiketoiminta on myös vastuullista: kestävä kehitys voidaan kuvata tavoitteena, johon yritysvastuu tähtää. (Business Finland 2021a.)

Visit Finland on luonut Sustainable Travel Finland -ohjelman, jonka tarkoituksena on edistää Suomen matkailualan kestävä kehitys. Ohjelman ja siihen perustuvan Sustainable Travel Finland -merkin tavoitteena on tarjota yrityksille ja destinaatioille konkreettinen kestävan matkailun työkalupakki. Sen avulla yritykset voivat ohjatusti kehittää kestäviä toimenpiteitä ja valintoja myös pidemmällä tähtäimellä: Sustainable Travel Finland -merkin saaneet yritykset ja alueet pääsevät hyödyntämään jatkuvan kehittämisen mallia sekä matkailun kestävä kehitykseen liittyvää uusinta tietoa. Samalla yritykset ja alueet saavat markkinointitukea ja lisänäkyvyyttä kestävan kehityksen teemoihin liittyen Visit Finlandin kanavissa. (Business Finland 2021b.)

Vastuullisuus toimintatapana korostuu yhä voimakkaammin tulevaisuuden matkailuyrityksen toiminnassa. Tutkimusten mukaan vastuullisesti toimivien yritysten asiakastytyytyisyys ja koettu laatutaso ovat korkeampia. Vastuullinen yritys tiedostaa ja ymmärtää kestävan kehityksen oleellisuuden yrityksen taloudellisen jatkuvuuden kannalta. (Business Finland 2021a.)

Matkailijat haluavat kestäviä palveluita. Vastuullisuutta arvostavat matkailijat etsivät kohteita, joissa ilmanlaatu on hyvä ja paikallisuuden kanssa pääsee kosketuksiin. Suomella on täten erinomaiset edellytykset kilpailuedun kirkastamiseen. (Business Finland 2021a.) Suomen matkailun vahvuudet tulee tehdä näkyviksi asiakkaille: Suomessa on monipuolinen matkailupalveluiden tarjonta teemoittain ympäri vuoden. Matkailun ympärivuotisuuden lisääminen parantaa toimialan kannattavuutta. Ympärivuotisuuden kehittämisellä on myönteisiä vaikutuksia myös muille toimialoille, alueille ja paikallisväestölle esimerkiksi työllistämisen ja alueen kestävä kehityksen edistämiseksi.

3.1.1 Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja

Sustainable Travel Finland -merkin käyttöönotto etenee, ja osa toimijoista on jo saanut merkin. Kestävyyden korostaminen nähdään ylipäätään tärkeänä teemana ja osana matkailun edistämistä. Myös kestävä matkailun koulutuskokonaisuuksia on toteutettu. STF-ohjelma on lanseerattu näkyvästi. Kuitenkin laajempi viestintä merkistä aluetasolla on mahdollista vasta sitten, kun merkin saaneita toimijoita alueella on riittävästi. Myös laajempi laadun kehittäminen laatu järjestelmien tai -kriteerien avulla edistyy osana STF-merkin käyttöönottoa.

Varsinkin pienempien yritysten kehittämistoimenpiteitä estää resurssien puuttuminen. Vastaavasti aluetasolla kehittämistoimenpiteisiin tarvitaan paikoin tukea, esimerkiksi alueen yritysten kokoamiseen ja tilanteen kartoittamiseen. Koronapandemia on heikentänyt yritysten kehittämismahdollisuuksia.

Kotimaanmatkailun markkinointiin on panostettu, ja korona-aika on kasvattanut kotimaanmatkailun painoarvoa. Erityisesti 100 syytä matkailla Suomessa -kampanjan monet näkevät merkittävänä ja onnistuneena toimenpiteenä. Samalla korostettiin toimenpiteiden jatkuvuuden tarvetta. Kotimaanmatkailun kohderyhmiä on selvitetty. Lisäksi erilaisilla toimenpiteillä, kuten kyselyillä, työpajoilla ja hankkeilla, on pyritty tukemaan ympärivuotisen matkailutarjonnan kehittämistä.

Matkailupalveluiden ja verkkosivustojen esteettömyys on huomioitu kehittämis-kohteena. Uusissa kohteissa esteettömyys toteutuu hyvin, mutta kokonaisuutena toimijat raportoivat, että tehtävää on jäljellä paljon, eikä toimenpiteiden edistäminen ole koordinoitua.

Sekä kestäväyyden edistämisen että kotimaanmatkailun merkitys ovat korostuneet viime vuosina, ja niiden tärkeys tulisi tunnistaa myös jatkossa. Kestäväyyden edistäminen vaatii resursseja, jotta pienimmätkin toimijat voivat toteuttaa kehitystyötä. Esteettömyyden

laajempi edistäminen edellyttäisi sen nostamista strategiseksi kärjeksi, rahoitusta ja yksi-
löityjä toimenpiteitä. Näiden puuttuessa toimenpiteen toteutus jää vaillinaiseksi.

Taulukko 3. Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>1. Otetaan käyttöön Sustainable Travel Finland -merkki kansallisesti.</p> <p><i>Suomen matkailualan kestävyden li- säämisessä keskeisenä toimenpiteenä on Visit Finlandin luoman Sustainable Travel Finland -merkin jalkauttaminen ja toimin- nan vakiinnuttaminen matkailuyrityksiin ja -alueille. Merkki kannustaa matkailu- yrityksiä ja -alueita huomioimaan ym- päristöllisen, kulttuurisen, sosiaalisen ja taloudellisen kestävyden omassa toimin- nassaan, tuotekehityksessä ja markkinoin- nissa. Merkin saadakseen yrityksen tulee täyttää merkin kriteeristö, joka huomioi niin taloudellisen, ekologisen, sosiaalisen kuin kulttuurisen kestävyden.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset</p>	3	<p>STF-ohjelma on otettu käyttöön, mutta ohjelman kehitys jatkuu ja jalkautusta on tehtävä jatkuvasti, jotta matkailue- linkeino Suomessa sitoutuu ohjelmaan ja tietoisuus STF-ohjelmasta leviää. Käyttöönotto vaatii vielä työtä monella alueella ja monessa yrityksessä.</p> <p>Koronapandemia on hidastanut STF- ohjelman jalkautusta.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>2. Toteutetaan kestävän matkailun koulutuskokonaisuuksia matkailuyrityksille ja -alueille.</p> <p><i>Koulutuskokonaisuuksia muun muassa seuraavista aiheista: asiakkaiden ympäristötietoisuuden kasvu, ilmastonmuutos ja hiilijalanjäljen pienentäminen, energia- ja vesitehokkuus, jätehuolto, hävikin minimointi ja kierrätyksen edistäminen, matkailupalveluiden turvallisuusjohtaminen ja turvallisuutta koskevat määräykset, suomalaisen kulttuuriperinnön vastuullinen tuotteistaminen sekä sosiaalisesti, kulttuurisesti ja taloudellisesti kestävä matkailu.</i></p> <p>Vastuu: tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueelliset kehittämissyhtiöt, Tukes, alueorganisaatiot, edunvalvontaorganisaatiot</p>	<p>3</p>	<p>Lähes kaikki vastuutahot ovat tarjonneet koulutuksia ja täten toimenpide on käynnissä laajasti. Erilaisia koulutuksia useiden toimijoiden järjestämänä on jo pidetty tai vähintään suunniteltu.</p> <p>Toteutettuja koulutuksia ovat olleet esimerkiksi vastuullisen viestinnän ja esteettömän matkailun koulutus (goSaimaa Oy), Vastuullisen matkailun portaat -koulutus (JAMK), sekä Kestävän matkailun monitieteiset mitarit kulttuuriympäristöissä -koulutus (MTI/Lapin yliopisto).</p> <p>Vastuutahot ovat olleet yhteyksissä sidosryhmiinsä ja edistäneet toimenpiteen käynnistämistä ja järjestämistä.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>3. Viestitään kestävästä valinnoista asiakkaille osana markkinointiviestintää ja tehdään Sustainable Travel Finland -merkki tunnetuksi kotimaassa sekä valituilla kansainvälisillä markkinoilla ja jakelukanavissa. Opastetaan matkailijoita käyttämään kestäviä palveluita sekä toimimaan ympäristön, paikalliset yhteisöt sekä paikallisen kulttuurin huomioivalla tavalla.</p> <p><i>Luonnon, kulttuuriperinnön, taide- ja kulttuuritarjonnan sekä paikallisen elämäntavan kestävä huomiointi matkailupalveluissa edellyttää matkailun vaikutusten vahvaa hallintaa ja resursseista huolehtimista kulttuurisesti, sosiaalisesti, ympäristöllisesti ja taloudellisesti. Muutos kohti vastuullista matkailuelinkeinoa on pitkäjänteinen ja haastava prosessi. Kuluttajien valinnoilla on ratkaiseva vaikutus siihen, millaisia matkailupalveluja yritykset tarjoavat. Matkailualueiden ja -yritysten tulee aktiivisesti ohjata matkailijoita kohti vastuullisia valintoja.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset</p>	3	<p>STF-ohjelma on lanseerattu Suomen matkailuelinkeinolle kesäkuussa 2020 sekä koko Suomelle Porin Suomi Areenassa heinäkuussa 2020.</p> <p>STF-ohjelma lanseerattiin kv-medialle joulukuussa 2020 ja esiteltiin kv-matkanjärjestäjille webinaarissa maaliskuussa 2021. Kuluttajalanseerausta ei ole vielä tehty.</p> <p>STF-merkki on tunnettu laajasti kotimaisen matkailuelinkeinon keskuudessa. Alueilla on käynnistynyt useita kestävä matkailua edistäviä ja STF-merkkiä hyödyntäviä paikallisia hankkeita, joiden kanssa Visit Finland tekee yhteistyötä ja joiden kautta merkin tunnettuus erityisesti kotimaassa on kasvanut. Kuluttajien keskuudessa merkki ei kuitenkaan ole vielä laajasti tunnettu kotimaassa eikä erillistä kuluttajalanseerausta ole tehty.</p> <p>STF-ohjelmasta ja merkin saaneista on viestitty myös alueilla.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>4. Panostetaan kotimaan matkailu- markkinointiin kotimaanmatkailun kasvattamiseksi.</p> <p><i>Kotimaanmatkailun nousevan arvostuk- sen ja matkailijoiden ilmasto- ja ympäris- tötietoisuuden kasvun arvioidaan lisäävän Suomessa tapahtuvan kotimaanmatkai- lun houkuttelevuutta. Kotimaanmatkailun kysynnän kasvuodotuksena on arviolta prosentin vuosittainen kasvu, yöpymisten osalta vuosikasvun arvioidaan olevan noin 2 prosenttia. Kotimaanmatkailua voidaan edistää tuotekehityksellä ja markkinoin- nilla.</i></p> <p>Vastuu: TEM, alueorganisaatiot, yrityk- set, Suoma ry</p>	4	<p>Kotimaanmatkailun markkinointiin on panostettu, toimenpide on jatkuvasti käynnissä.</p> <p>Pandemian aikana monet matkailuyri- tykset ovat keskittyneet ensisijaises- ti kotimaanmatkailun markkinointiin. Esimerkki kotimaan matkailumark- kinoinnista on Suoma ry:n 100 syytä matkailla Suomessa -kampanja.</p>
<p>5. Selvitetään kotimaanmatkailun kohderyhmät ja kehitetään kohderyh- mille suunnattua ympärivuotista mat- kailutarjontaa.</p> <p><i>Kotimaanmatkailun kohderyhmien selvit- täminen auttaa tuotteiden ja viestinnän suuntaamisessa oikeille kohderyhmille. Kotimaanmatkailu toimii ympärivuoti- suutta sekä tasaisuutta tuovana markki- nana esimerkiksi kansainvälisen poliit- tisen tilanteen muuttuessa ja muuttaes- sa kansainvälisiltä markkinoilta tulevaa kysyntää. Matkailun ympärivuotisuuden lisääminen parantaa toimialan kannatta- vuutta. Sen myötä ala pystyy paremmin houkuttelemaan investointeja ja helpot- tamaan työvoiman kohtaantohaasteita. Matkailun ympärivuotisuuden kehittämi- sellä on myönteisiä vaikutuksia muille toi- mialoille, alueille ja paikallisväestölle.</i></p> <p>Vastuu: TEM, alueorganisaatiot, yritykset</p>	4	<p>Kotimaanmatkailun kohderyhmäselvi- tys on toteutettu vuonna 2020. Lisäksi osa alueorganisaatioista ja yrityksis- tä on käynnistämässä kohderyhmi- en selvittämistä omalla alueellaan. Toimenpiteen toteutus on jo pitkällä, mutta ympärivuotisen matkailutarjon- nan kehittäminen on jatkuvaa yrityk- sen ja alueorganisaatioiden kehitys- työtä.</p> <p>Ympärivuotisuutta edistetään toimijoi- den kesken aktiivisesti. Erilaisten kyse- lyiden, työpajojen ja hankkeiden avulla saatua tietoa pyritään hyödyntämään kohderyhmien tunnistamisessa ja ym- päriivuotisen matkailutarjonnan kehit- tämässä.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>6. Kehitetään matkailupalveluiden ja verkkosivujen esteettömyyttä sekä niistä viestimistä.</p> <p><i>Matkailuyritykset kykenevät tavoittamaan uusia kohderyhmiä sekä vastaamaan asiakkaiden toiveisiin ja tarpeisiin kehittämällä laadukkaita ja esteettömiä palveluja. Esteettömiä ja saavutettavia matkailupalveluja tarvitseva henkilö tarvitsee tietoa kohteen esteettömyydestä ja saavutettavuudesta, jotta hän voi arvioida, onko kohde hänelle soveltuva. Tämä edellyttää, että myös verkkosivustot ovat kaikkien saavutettavissa ja palvelevat kaikkia asiakasryhmiä (Design for All) ihmisen toimintakyvystä riippumatta. Esteettömyys viestii palvelun laadusta, yrityksen arvoista ja tavasta toimia sekä toimii yhtenä matkailuyrityksen vetovoimatekijänä.</i></p> <p>Vastuu: TEM, alueorganisaatiot, yritykset</p>	2	<p>Esteettömyys on huomioitu kehityskohteena, mutta toimenpiteen toteuttaminen on vielä kesken. Toimenpide on siis osittain käynnistetty, mutta palvelut eivät ole vielä esteettömiä.</p> <p>Matkailupalveluissa esimerkiksi vanhojen rakennusten esteettömyyden saaminen hyvälle tasolle on usein haastavaa. Uusissa kohteissa esteettömyys huomioidaan hyvin. Verkkosivuja uudistetaan ja saavutettavuus on osittain huomioitu esimerkiksi viestinnässä.</p>
<p>7. Kehitetään laatua ja vieraanvaraisuusosaamista laatujärjestelmien ja Visit Finlandin kansainvälistymis-, tuote- ja teemakriteerien avulla.</p> <p>Vastuu: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueelliset kehittämissyhtiöt</p>	3	<p>Teemallista kehittämistä ja laatutyötä on toteutettu jo vuosien ajan ja työ on jatkuva. Osa vastuutahoista ei ole vielä käynnistänyt laatutyön kehittämistä Visit Finlandin kriteereihin sidottuna, mutta laadun ja kansainvälistymisen merkitys on tunnistettu.</p> <p>Valmennuksia on järjestetty, mutta kaikilla toimijoilla ei ole mahdollisuuksia kehittää toimintaa kriteereitä vastaavaksi. Toimenpiteen toimeenpanon aste on jakautunut laajasti.</p>

3.1.2 Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi

Matkailupalveluiden kehittämisteemoista on edennyt erityisesti luontomatkailu, joka on ollut vahva teema-alue jo aiemmin. Vähemmälle huomiolle toistaiseksi ovat jääneet luksusmatkailu, urheilu- ja liikuntamatkailu sekä kiertomatkat. Kokonaisuutena teemapohjainen kehittäminen on edennyt yksittäisten hankkeiden ja selvitysten kautta. Alueellisten toimijoiden sekä yritysten merkitys toteutukselle on suuri. Teemapohjaisen kehittämisen toteuttamista hidastaa koordinaation ja priorisoinnin puute.

Jatkossa tulisi harkita matkailupalveluiden kehittämisteemojen kohdentamista esimerkiksi alueellisesti, sillä kaikki teemat eivät ole yhtä merkityksellisiä kaikilla alueilla tai kaikille toimijoille (esimerkiksi kaikille matkailun alueorganisaatioille). Toimenpiteiden kohdentaminen vaikuttavimmiksi arvioituihin teemoihin on hyödyllisempää. Visit Finlandin asiantuntijatuki ja materiaalit nähdään toimivina, jos alueella on ollut resursseja niiden hyödyntämiseen.

Taulukko 4. Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>8. a. Luontomatkailu</p> <p><i>Luonto ympäristönä mahdollistaa monipuoliset aktiviteetit (ml. pyöräily, kalastus ja metsästys) niin maalla, vedessä kuin ilmassa ympärivuotisesti. Luonnon kestävyysvarmistaminen ja ennakointi on huomioitava kaikessa tekemisessä, tuotekehityksessä ja viestinnässä. Kestävän luontomatkailun (ml. erämatkailu) kehittäminen ja kansallispuistojen hyödyntäminen ovat keskiössä kansainvälisen matkailukysynnän kasvattamiseksi. Kansallispuistojen ja muiden valtion luontoalueiden palveluita tuoteistetaan matkailun tarpeiden näkökulmasta ja yhteistyötä alueita hyödyntävien matkailuyritysten kanssa vahvistetaan. Sustainable Travel Finland -merkki ohjaa matkailuyrityksiä pohtimaan omia valintojaan kestävä kehityksen kannalta ja toimimaan niiden mukaisesti. Luontomatkailutuotteiden jakelu- ja myyntikanavissa suositaan niitä yrityksiä, jotka ovat profiloituneet myymään kestäviä matkailutuotteita. Tuotekehityksellä ja markkinoinnilla pyritään luontomatkailijoiden viippymän pidentämiseen.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, Metsähallitus, YM, MMM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot</p>	4	<p>Luontomatkailun kehittäminen on ollut pitkään keskeisessä asemassa Suomen matkailun kehittämisessä.</p> <p>Luontomatkailupalveluita on kehitetty tiivistämällä yhteistyötä eri toimijoiden välillä, mutta vielä tarvitaan yritysten aktivointia ja palveluiden koontia paremmin yhteen. Kehittämishankkeissa on panostettu ympärivuotiseen tuotekehitykseen ja eri teemoihin.</p> <p>Kehittämishankkeissa nousee esille esimerkiksi pyörämatkailun kehittäminen alueellisten toimijoiden, Visit Finlandin ja Pyörämatkailukeskuksen yhteistyönä.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>8. b. Kulttuurimatkailu</p> <p><i>Suomalainen kulttuurielämä, museo- ja kulttuuriperintökohteet, luovat alat (mm. musiikki, festivaalit, av- ja elokuva-ala, arkkitehtuuri, design) ja kulttuuriympäristöt luovat monimuotoisen perustan kestävän ja ympärivuotisen kulttuurimatkailun vahvistamiselle eri puolilla Suomea, myös kasvukeskusten ulkopuolella. Suomen kulttuurimatkailumaakuvaa vahvistetaan panostamalla alueiden kulttuuriin vahvuuksiin perustuvan vastuullisen matkailun kehittämiseen ja teemallisten eurooppalaisten kulttuurireittien rakentamiseen. Suomen kulttuurisen tunnettuuden kasvattaminen vaatii pitkäjänteistä maabrändin ja yhtenäisen viestin rakentamista, tukea tuotteistamiseen, kohteiden kunnostamiseen ja hoitoon sekä verkostomaisen yhteistyön vahvistamista kulttuurimatkailutoimijoiden ja kulttuuri-, matkailu-, tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden kesken. Suomi erottautuu omaperäisyydellään ja kulttuuriympäristöillään perinteisten kulttuurimaiden (esim. Italia, Ranska) tarjonnasta.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, Metsähallitus, OKM, YM, MMM, TEM, Museovirasto, kulttuuri-, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot</p>	3	<p>Kulttuurimatkailua on kehitetty monipuolisesti. Joillakin alueilla kulttuurituotteet ovat olleet oleellinen osa matkailupalveluja jo useita vuosia.</p> <p>Toimenpidettä on edistetty mm. tukemalla viestintää ja lisäämällä tietoa kulttuurimatkailusta. Esimerkkeinä opetus- ja kulttuuriministeriön johtama kulttuurimatkailun tiekarttatyö vuonna 2021 sekä kulttuuriorganisaation pyhiinvaellusreittien ja -keskuksen kehittäminen. Myös Visit Finland on toteuttanut runsaasti kulttuurimatkailua vahvistavaa toimintaa ja käynnistänyt esimerkiksi kulttuurimatkailun vaikuttavuuden seurantatutkimuksen 2021–2022.</p> <p>Koronapandemia on vaikuttanut negatiivisesti kulttuurimatkailun kehittämismahdollisuuksiin Suomessa.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>8. c. Luksusmatkailu</p> <p><i>Siinä missä luksus oli ennen harvojen saavutettavissa, on luksuksen asiakas-segmentti nykyään laajempi ja nk. uusi, aineeton luksus istuu hyvin suomalai-seen matkailutarjontakenttään. Suomi on kuuluisa puhtaasta ilmastaan, tur-vallisuudestaan ja onnellisuudestaan. Luonnonilmiömme, ainutlaatuiset elä-myksemme ja erityiset majoitusmuodot puhuttelevat sekä meille uutta kansainvä-listä kohderyhmää, että uusia markkinoi-ta. Tavoitteena on vahvistaa toimijaver-kostoja koko maan kattaviksi, monipuolis-taa kesäkauden palvelutarjoamaa ja kas-vattaa Suomen tunnettuutta luksusmat-kailukohteena. Asiakaskokemusten rooli luksusmatkailukohteiden ja -tuotteiden maineelle tulee tunnistaa ja asiakkaan elämystä vahvistaa kehittämällä vieraan-varaisuuteen perustuvaa palvelukulttuuria mm. koulutuksen avulla.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueor-ganisaatiot</p>	1	<p>Suuri osa vastuutahoista ei ole käyn-nistänyt toimenpidettä tai edistänyt luksusmatkailua.</p> <p>Niiltä osin, kun toimenpiteitä on tehty, on keskitytty edistämään luksustee-man tunnettuutta ja kysyntää vastaa-van, laadukkaan tuotetarjonnan moni-puolista ja tasaisempaa jakautumista ympäri Suomea. Toimenpiteitä on to-teutettu esimerkiksi Mitä on suomalai-nen luksusmatkailu -oppaan, seminaa-ripuheenvuorojen, haastattelujen, yri-tyssparrausten ja oppilaitosyhteistyön avulla. Suomalaisen luksusmatkailun kärkituotteet on lisäksi koottu tuote-manuaaliin, jota on käytetty edistä-mään maamme tunnettuutta luksus-matkailukohteena ja tuotteiden myyn-tiä luksusmatkoihin erikoistuneiden matkanjärjestäjien keskuudessa.</p> <p>Luksusmatkailu näyttää vastausten perusteella keskittyneen vain joihinkin kohteisiin, ja kaikki toimijat eivät koe teemaa omakseen.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>8. d. Terveys- ja hyvinvointimatkailu</p> <p><i>Suomella on erinomaiset edellytykset tarjota korkeatasoista terveydenhoitoa sekä luonnosta ja kulttuurista ammentavia hyvinvointilomia. Suomen tunnettuuden kasvattaminen terveys- ja hyvinvointimatkailun kohdemaana edellyttää pitkäjänteistä maabrändin ja yhtenäisen viestin rakentamista. Myös teeman ympärille rakentuvan palveluekosysteemin ja selkeästi tuotteistettujen palvelupakettien kehittäminen sekä palveluketjun toimivuuden varmistaminen ovat olennainen osa suomalaisen terveys- ja hyvinvointimatkailun edistämistä.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, TEM, YM, MMM, Metsähallitus, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot</p>	3	<p>Terveys- ja hyvinvointimatkailun kehittäminen on osittain käynnissä. Osa vastuutahoista ei ole käynnistänyt toimenpiteitä.</p> <p>Suomen tunnettuutta korkeatasoisena terveysturmatkailukohteena on edistetty mm. osallistamalla toimialan merkittävimpiin tapahtumiin.</p> <p>Metsähallituksen Luontopalvelut ja Eräpalvelut ovat käynnistäneet vuosille 2017–2025 ulottuvan toimintaohjelman luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten edistämiseksi. Matkailupalvelujen kehittäminen on sisällytetty tähän toimintaohjelmaan.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>8. e. Koulutusmatkailu</p> <p><i>Suomen vahvasta koulutusbrändistä huolimatta koulutusmatkailun taloudellista potentiaalia ei ole vielä täysimittaisesti hyödynnetty. Tavoitteena on nostaa markkinoinnissa esille erityisesti suomalaisen koulutuksen erityispiirteitä, kuten ilmiöpohjainen ja ratkaisuperusteinen pedagogiikka, luonnossa tekeminen, leikkisä oppiminen ja henkilökohtaiset oppimispolut, sekä tunnistaa uusia osaamisalueita, esim. kestävä kehitys, kiertotalous ja englanti vieraana kielenä. Uusia koulutusmatkailutuotteita on syntynyt viime vuosina runsaasti. Koulutusmatkailutuotteille on tärkeää luoda selkeät laatukriteerit sekä kannustaa uusia koulutusmatkailutuotteita tarjoavia toimijoita hyödyntämään tuotekehitys- ja kansainvälistymisvalmennuksia.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, OKM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot</p>	3	<p>Koulutusmatkailun kehittäminen on usean vastuutahon toimesta käynnistetty, mutta kehittäminen on varhaisessa vaiheessa. Koulutusmatkailuselvityksiä ja -kokeiluja on tehty ja toimenpiteeseen liittyviä hankkeita on käynnissä.</p> <p>Koulutusmatkailutuotteiden kehittämistä on tuettu mm. erilaisten seminaarien, koulutusten ja työpajojen avulla. Erityisesti Kiinan ja Venäjän markkinoille kohdistuva yhteistyö ja markkinointi ovat korostuneet. Koronapandemian vuoksi asetetut matkustusrajoitteet ovat hidastaneet toimeenpanoa.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>8. f. Urheilu- ja liikuntamatkailu</p> <p><i>Suomen tunnettuutta urheilu- ja liikuntamatkailukohteena tulee lisätä markkinoinnin ja tuotekehityksen keinoin. Tiivis yhteistyö urheiluopistojen, hiihtokeskusten, lajiliittojen ja alueellisten matkailuorganisaatioiden kesken korostuu entisestään, ja ammattimaisen harjoittelun rinnalle on mahdollista luoda vapaa-ajan matkustajia houkuttelevia palveluita. Urheilumatkailutuotteiden avulla voidaan kehittää matkailun ympärivuotisuutta monilla alueilla. Liikunnan merkitystä matkailun vetovoimatekijänä tulee nostaa esiin.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, OKM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot</p>	2	<p>Urheilu- ja liikuntamatkailua on edistetty pääsääntöisesti melko vähän tai pienimuotoisesti. Matkailun alueorganisaation esimerkkinä tähän on Sulkavan Suursoudut soututapahtuma, jonne matkailijoita tulee kilpailemaan myös Euroopasta. Lisäksi on muutamia eurooppalaisia matkanjärjestäjiä, jotka ovat keskittyneet urheilu- ja liikuntamatkailuun hieman kevyemmässä muodossa.</p> <p>Visit Finlandilla oli urheilumatkailulle (winter sports) erillisprojekti vuosina 2017–2019. Koronapandemian vuoksi projektin tulosten soveltaminen ei ole edennyt, mutta Kiinassa teema koetaan edelleen potentiaalisena syynä matkustaa Suomeen.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>8. g. Ruokamatkailu</p> <p><i>Ruoka toimii poikkileikkaavana sisältö- nä eri teemojen ja alueiden matkailutar- jonnassa, mutta myös yhä vahvemmin omana kasvavana matkailun teemanaan. Suomessa on mahdollisuuksia nostaa kiin- nostusta nojautuen vahvasti puhtaasta luonnosta saatavaan ruokaan ja siihen pe- rustuviin elämyksiin, suomalaista elämän- tapaa kuvastaviin ruokakulttuurin erityis- piirteisiin sekä innovatiiviseen ja erilaiseen ravintolakulttuuriin. Kiinnostuksen nos- tamiseen tarvitaan vahvaa viestintää, uu- sien ruokamatkailutuotteiden tuotteistus- ta ja paketoitua sekä toimijoiden yhteis- työtä ja osaamisen lisäämistä. Tarvitaan myös ravintola-alan integroimista tiiviim- min tuotekehitykseen ja markkinointiin. Ruokaviennin ja ruokamatkailun yhteistyö tuottaa hyötyä molemmille osapuolille, ja sen vahvistamista sekä aluetasolla että kohdemarkkinoilla tapahtuvassa toimin- nassa on syytä jatkaa.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, MMM, TEM, tutki- mus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot</p>	3	<p>Ruokamatkailun kehittämistä on edis- tetty vaihtelevasti alueesta ja toimijas- ta riippuen. Toteutuksen aste vaihte- lee satunnaisista hankkeista ruokailu- matkailutuotteiden tuotteistamiseen ja voimakkaaseen ruokailumatkailuun panostamiseen.</p> <p>Ruokamatkailua on edistetty kehittä- mistoimenpiteissä kysyntää vastaavan tarjonnan muokkaamisella ja alueen ruokamatkailuprofilin luomisella eri työpajoissa, seminaaripuheenvuoroissa ja sparrauksissa.</p> <p>Ruokamatkailua on edistetty ruoka- matkailun kansallisessa koordinaatio- hankkeessa (Haaga-Helia, MMM) ja ruokamatkailustrategian toimeenpa- nolla. Ruokamatkailukilpailun avulla on etsitty kärkituotteita markkinoin- tiin ja esimerkkejä muille yrityksil- le. Ruokamatkailun tuotesuosituksot päivitetty vuonna 2020 (VisitFinland ja Haaga-Helia). Ruokamatkailun kysyn- tää on edistetty markkinointitoimen- piteillä, joilla on nostettu suomalaisen ruoan ja suomalaisen ruokamatkai- lutarjonnan tunnettuutta ja edistet- ty tuotteiden myyntiä. Markkinointia on toteutettu Saksassa, Ranskassa ja Isossa-Britanniassa.</p> <p>MMM:ssä on valmistelussa erillishaku, jonka yhtenä painopisteenä on har- vaan asuttujen alueiden ruokamatkai- lun kehittäminen.</p> <p>Ruoka on myös yhtenä teemana 100 syytä matkailla Suomessa -kampan- jassa.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>8. h. Tapahtumat ja kongressit</p> <p><i>Suomea markkinoidaan ja Suomen imagoa vahvistetaan kansainvälisesti vakaina, luotettavana ja toimivana kohteena suur tapahtumille, kongresseille ja yritystapahtumille. Markkinoinnissa painotetaan Suomen vahvuuksia, joita ovat pitkä kokemus ja luotettava maine kansainvälisten tapahtumien järjestäjänä, erinomaiset liikenneyhteydet, kestävyys huomioiminen, palveluntuottajien ja infrastruktuurin sekä kohteiden monipuolisuus ja palvelun korkea laatu sekä turvallisuus. Kongressi- ja tapahtumatoimialan taloudellinen vaikuttavuus on merkittävä. Kongressit tarjoavat mahdollisuuksia nopeaan tiedonjakamiseen, suomalaisen tieteen ja osaamisen esittelyyn ja markkinointiin sekä vientiin. Kongressien ja yritystapahtumien kestävyys osalta Suomi toimii suunnanäyttäjänä, ja kestäväan kehitykseen sekä vastuullisuuteen panostetaan jatkossakin aktiivisesti.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, MMM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot</p>	3	<p>Tapahtuma- ja kongressikehittämissuunnitelma on aloitettu ja toimenpide on vähintään käynnistetty. Tapahtumien kehittäminen on ollut tärkeää jo pitkään, ja jos toimintaa ei vielä alueella ole, sitä halutaan kehittää eteenpäin.</p> <p>Tapahtumamatkailua ja kongressien kehittämistä pidetään jatkuvana työnä, sillä uusia tapahtumia tulee koko ajan lisää.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>8. i. Kiertomatkat</p> <p><i>Kiertomatkat ovat Suomeen suuntautuvan kesämatkailun suosituin matkailumuoto. Suurin osa ulkomaalaisista matkailijoista tutustuu maahamme useampia kohteita kiertäen, eli kiertomatkat muodostavat perustan kaikkien matkailualueiden kesätarjonnalle. Kiertomatkat tarjoavat myös yhteistyömahdollisuuksia Pohjoismaiden ja lähialueiden (mm. Baltia) kanssa. Reittiehtotusten ja reittien varrella olevien palveluiden paketoiminen selkeäksi, myytäväksi kokonaisuudeksi sähköisiä kanavia hyödyntäen tarjoaa valtavasti mahdollisuuksia matkailutoimijoille. Eri teemojen (mm. kulttuuri, ruoka, hyvinvointi, leirintämatkailu) hyödyntäminen kehittämissä on keskeinen osa kiertomatkailun edistämistä. Myös uusien kiertomatkalutuotteiden ja -teemojen kehittämisessä esimerkiksi vähäpäästöisen liikkumisen pohjalta on kasvupotentiaalia.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, MMM, YM, OKM, TEM, Metsähallitus, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot, matkailutieyhdistykset</p>	2	<p>Kiertomatkoja on kehitetty jo pitkään, mutta toimenpiteen toteutuksen aste on laajalti suunnitteluasteella tai meneillään. Esimerkkeinä jo toteutetuista toimista ovat Pohjolan rengasreitti sekä Järvi-Suomen alueella tehty kehittämistyö.</p> <p>Kestävän matkailun kysynnän myötä on todettu tarvetta Sustainable Routes-reiteille. Käytännön jalkautus ja jake-lukanavat uupuvat osittain tällä hetkellä.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
8. j. Perhematkailu <i>Perhematkailu on yksi suosituimmista matkailumuodoista maailmalla. Perheystävälliset tuotteet, olivat ne sitten huvipuistoja tai lapsiperheille soveltuvia aktiviteetteja melonnasta ja vaeltamisesta lasketteluun muodostavat vetovoimaisen pohjan ympärivuotiselle matkailutarjonnalle. Tavoitteena on Suomen tunnettujen kasvattaminen perhematkailukohteenä myös naapurimaiden ulkopuolella, palvelupakettien monipuolistaminen ja muiden teemojen (mm. ruoka, aktiviteetit, kulttuuri) parempi huomioiminen palvelukokonaisuuksissa.</i> Vastuu: Visit Finland, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot, Metsähallitus	3	<p>Perhematkailun kehittämistä on lähestytty sen kautta, että monilla alueilla on paljon myös perheille sopivia kohteita. Täten toimenpiteen toteutus on vaihtelevalla tasolla. Perhematkailu on pyritty huomioimaan kehittämistyössä ja toimenpide on vähintään käynnistetty kaikkien vastuutahojen toimesta.</p> <p>Perhematkailu ei ole ollut Visit Finlandin valikoitujen kehitysteemojen joukossa eli siihen ei ole osoitettu erillisiä resursseja tai tehty vuositasoon toimenpidesuunnitelmia.</p> <p>Metsähallituksen Luontopalvelujen ja Eräpalvelujen vuoteen 2025 ulottuvan terveyden edistämisen ohjelman, Hyvinvoiva luonto, hyvinvoiva ihminen, yhtenä keskeisenä tavoitteena on perheiden yhtenäisyyden vahvistaminen tukemalla toimenpiteitä luonnossa vietetyn vapaa-ajan lisäämiseksi. Perheiden mahdollisuuksia vieraila luontokohteissa kehitetään edelleen mm. saavutettavuuden ja esteettömyyden parantamistoimilla.</p>

3.2 Matkailualan digitalisointi

Tausta

Digitalisaatio vaikuttaa voimakkaasti matkailuliiketoimintaan. Digitalisaatio ja globaali alustatalous antavat suomalaisille matkakohteille ja palveluille mahdollisuuden osallistua kilpailuun kansainvälisten toimijoiden kanssa. Osaamisen kehittämiseen ja matkailupalveluiden näkyvyyteen panostaminen ovat välttämättömiä toimia osana digitaalista uudistusta. Suomen matkailupalveluiden tarjonnan kokoaminen kansalliseksi tietovarannoksi

edistää Suomen matkailupalveluiden näkyvyyttä ja helpottaa eri kanavien ja alustojen hallintaa.

Matkailupalveluiden digitaalisen ostettavuuden ja löydettävyyden lisäksi digitaalisten ratkaisujen käyttöä myös matkailutuotteissa ja -palveluissa tulee kehittää. Digitaaliseen saatavuuteen tulee kiinnittää huomiota, samoin digitaalisten kanavien ja matkailupalveluiden esteettömyyteen.

Matkailutoimijoille kehitetty Suomen matkailun digitiekartta antaa yhteisiä suuntaviivoja ja tavoitteita, joiden kautta Suomen matkailuekosysteemiä voidaan kehittää yhä monipuolisemmaksi ja kansainvälisemmäksi. Suomen matkailun digitiekartassa on kolme painopistettä: datan hyödyntäminen yhteistyössä, digitaalinen inventaari ja osaamisen yhteistyön kehittäminen. (Business Finland 2021c.)

3.2.1 Matkailutuotteiden ja -palveluiden digitalisointi ja digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen

Suomen matkailupalveluiden näkyvyyttä lisäävä ja eri kanavien ja alustojen hallintaa helpottava Visit Finland DataHub on perustettu. DataHubin perustaminen on rakentanut pohjan tietovarannolle, mutta kansallisesta tietokannasta ei voida puhua ennen kuin yritysten tietoja saadaan kattavasti koottua alustalle. Matkailupalveluiden kansallinen inventaari vaatii yritysten ja alueiden nykyistä laajempaa sitoutumista matkailupalveluiden kokoamiseksi alustalle. Myös DataHubia tulee kehittää edelleen ja panostaa inventaariin kerätyn tiedon saatavuutta ja käyttöä.

Digitalisaation ja tietovarannon hyödyntämisen etuja ja käyttömahdollisuuksia on syytä tuoda näkyviksi yrityksille. Jatkokehittämisessä kannattaa kartoittaa erityisesti pienimpien toimijoiden tarpeet. Kehitetty Visit Finland DataHub rajapintoihin luo hyvän pohjan jatkotyölle.

Taulukko 5. Matkailutuotteiden ja -palveluiden digitalisointi ja digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>9. Perustetaan matkailupalveluiden kansallinen tietovaranto rajapintojen hyödynnettäväksi.</p> <p><i>Suomen matkailupalveluiden tarjonta on välttämätöntä saada koottua kansalliseksi tietovarannoksi (sis. online-inventaari), jota on helppo jakaa useissa matkailijat tavoittavissa ja kauppaa konvertoivissa myyntikanavissa. Matkailupalveluita tarjoaville toimijoille tietovaranto myös helpottaa eri kanavien ja alustojen hallintaa. Tietovaranto on matkailuelinkeinon yhteinen keino parantaa Suomen matkailupalveluiden näkyvyyttä, mikä edellyttää kaikkien toimijoiden sitoutumista.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, Business Finland, alueorganisaatiot, yritykset</p>	5	<p>Kansallinen digitaalinen tietokanta ja ohjelmointirajapinta (API), DataHub, on lanseerattu elinkeinon käyttöön 24.8.2021.</p> <p>Yritysten tarjontaa on viety DataHubiin, joka otetaan käyttöön myös alueellisilla verkkosivuilla. DataHubin kehittämisessä on vielä paljon tehtävää. DataHubissa on tällä hetkellä vain reilu 400 yritystä ja 890 tuotetta alustalla, vrt. Suomessa arviolta noin 30 000 matkailuyritystä.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>10. Lisätään digitaalisten ratkaisujen käyttöä matkailutuotteissa ja -palveluissa edistämällä tietojen päivitetävyyttä, palvelun yhdenvertaisuutta eri kohderyhmille ja kustannustehokkuuden parantumista. Ratkaisut tukevat elämyksellisyyttä ja toisaalta myös auttavat kertomaan esimerkiksi tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksista.</p> <p><i>Digitaalisten ratkaisujen käyttöä matkailutuotteissa ja -palveluissa tulee kehittää. Digitaalinen saavutettavuus edellyttää eri tahojen digiosaamisen kehittämistä, toimialan läsnäoloa verkossa ja palveluiden toimivuutta. On tärkeää, että digitaaliset kanavat ja digitaalisuutta hyödyntävät matkailupalvelut huomioivat esteettömyyden. Osana digitaalisten palveluiden kehittämistä tulee edistää tiedon avoimuutta ja paikkatiedon saatavuutta avointen rajapintojen kautta.</i></p> <p>Vastuu: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, Metsähallitus</p>	3	<p>Metsähallituksen Luontopalvelut on laatinut vuonna 2021 digitaalisen asiakaskokemuksen kehittämisen konseptin ja sen pohjalta käynnistetään suurelle yleisölle suunnattujen digitaalisten palvelujen kehittäminen. Digitaalisen myyntikanavan uudistus on käynnistynyt ja se antaa jatkossa paremmat mahdollisuudet erilaisten matkailupalveluiden esilletuomiseen ja hyödyntämiseen. Kehitystyötä tehdään ja toimenpiteen toteutumista edistetään jatkuvasti.</p> <p>Datan hyödyntäjien määrä ei kokonaisuudessaan ole vielä riittävä.</p> <p>Käynnissä on useita alueellisia kehittämishankkeita, joiden avulla digitaalisten ratkaisujen käyttöä voidaan lisätä. Näitä ovat esimerkiksi virtuaaliset matkat Japanista Saimaalle (matkailun alueorganisaatio) sekä ruka.fi-sivuston kehitystyö ja Bokun-varausjärjestelmän käyttöönotto (Ruka-Kuusamo Matkailu ry).</p>
<p>11. Kehitetään luontomatkailun digitaalisia viestintäpalveluita Luontoon.fi ja Retkikartta.fi teknisesti ja sisällöllisesti sekä tuotetaan aineistoja matkailuelinkeinon markkinointi- ja viestintäkäyttöön.</p> <p>Vastuu: Metsähallitus</p>	3	<p>Luontoon.fi- ja Retkikartta.fi-palveluja on kehitetty systemaattisesti. Vuonna 2021 valmistui digitaalisen asiakaskokemuksen kehittämisen konsepti, jonka pohjalta on tavoitteena tehdä asiakasviestinnän ja digitaalisten palvelujen suuri uudistus.</p> <p>Toimenpiteen sisältö on tällä hetkellä relevantti. Asiakasviestinnän uudistaminen vaikuttaa toteutuessaan myös toimenpiteen sisältöön ja päivitys tältä osin voi tulla ajankohtaiseksi lähivuosina.</p>

3.2.2 Matkailualan digiosaamisen kehittäminen

Digiosaamisen kehittämistä on toteutettu osana matkailualan koulutustarjontaa ja yksittäisissä piloteissa. Teema on matkailualaa laajempi ja kytkeytyy koko yritys kentän ja kansalaisten digiosaamisen edistämiseen. Kokonaisuutena matkailualan digiosaamisen kehittäminen näyttäytyy pistemäisenä ja väljästi koordinoituna toimintana, jonka vaikutus on toistaiseksi matkailualalla suhteellisen vähäinen, sillä yrityksistä vain osa on tavoitettu toimenpiteillä.

Jatkossa tulisi kehittää digiosaamista edistävien toimenpiteiden kytkemistä tiiviimmin yhdeksi kokonaisuudeksi, jonka tavoitteet juuri matkailualan edistämiseen on määriteltä tarkoin. Matkailualan digiosaamisen kehittämistoimenpiteiden tarve on ilmeinen jatkossakin.

Taulukko 6. Matkailualan digiosaamisen kehittäminen

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>12. Vahvistetaan matkailuyritysten, alueorganisaatioiden ja DMO-toimijoiden osaamisen vahvistumista Digipilotista syntyneen toimintamallin mukaisesti levittämällä hyvät käytännöt kansalliseksi toimintatavaksi.</p> <p>Vastuu: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset</p>	1	<p>Toimenpide on käynnistetty monen vastuutahon osalta, mutta toteutus on kokonaisuudessaan varhaisessa vaiheessa.</p> <p>Visit Finland toteutti vuonna 2020 neljä alueellista digikehitysohjelmaa, joita oli tarkoitus jatkaa vuoden 2021 aikana uusien alueiden kanssa. Tämä toteutus on viivästynyt riittävien resurssien puuttuessa. Osaamisen vahvistamiseksi yritysten omatoimiseen käyttöön on tuotettu opas Matkailuyrityksen Digiloikan ABC sekä E-learning -kokonaisuus.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>13. Lisätään matkailuyrityksille suunnattuja koulutuksia digiosaamisen vahvistamiseksi.</p> <p><i>Digitalisaatio tarjoaa matkailuyrityksille mahdollisuuksia kehittää liiketoimintaansa ja näkyvyyttään kansainvälisillä markkinoilla, mutta muutos edellyttää yrityksiltä uudistumista ja osaamisen kehittämistä.</i></p> <p>Vastuu: tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueelliset kehittämissyhtiöt, edunvalvontaorganisaatiot</p>	3	<p>Digiosaamisen vahvistamiseen liittyvää koulutusta ja neuvontaa on järjestetty. Esimerkiksi Matkamessujen aikana matkailuyrityksille on järjestetty koulutusta yritysten digitalisaatiota nostamiseksi.</p> <p>Maaseudun matkailuyrityksille on järjestetty (Lomalaidun ry:n ja Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry:n kautta) koulutusmahdollisuuksia, Matka maalle -myyntikanava ja infotapahtumia, joissa on esitelty matkailun myyntikanavia sekä kansainvälisiä ja kotimaisia verkkokauppamahdollisuuksia ja niiden rajapintamahdollisuuksia. Matkamaalle.fi-palvelussa mukana olevien maaseutumatkailuyrittäjien tuotteita ja palveluja on yhteismarkkinoitu valtakunnallisella Facebook-mainonnalla.</p> <p>Digiosaamisen vahvistamiseen liittyvää koulutusta on järjestetty yksittäisinä tilaisuuksina ja yritysten osaamisen taso vaihtelee paljon. Jotta koulutusta osataan kohdistaa oikein, olisi hyvä tietää ja tunnistaa toimialoitain matkailuyritysten osaamisen taso.</p> <p>Haasteena on saada yritykset ymmärtämään digitaalisuuden ja osaamisen kehittämisen välttämättömyys.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>14. Kannustetaan matkailuyrityksiä innovatiivisiin traveltech-aloitteisiin, matkailupalveluiden avoimia rajapintoja hyödyntäviin (API) -toteutuksiin sekä hackathoneihin Suomessa ja kansainvälisesti. Jatketaan Digipilotti-toimintaa uusien digitaalisten ekosysteemien inspiroimiseksi.</p> <p>Vastuu: Business Finland</p>	2	<p>Joitakin toimenpiteitä on tehty, mutta niiden piiriin on saatu toistaiseksi hyvin pieni joukko matkailualan lähes 30 000 yrityksestä.</p> <p>Visit Finland ja Metsähallitus ovat mm. järjestäneet matkailutoimijoille ja teknologiayrityksille hackathon-viikonlopun. Lisäksi koronapandemian alkuaikoina on järjestetty yhteinen tilaisuus matkailualan yrityksille sekä terveys- ja turvallisuusalan toimijoille. Yhteisen tuotevarannon, DataHubin käyttöönoton laajenemista ja vauhdittamista on edistetty mm. tärkeimpien varausalustojen Johkun ja Bókunin integroinnilla, jotta sisältöä saataisiin avoimien rajapintojen kautta liikkumaan sovellusten välillä. Toimenpiteitä suunnitellaan ja toteutetaan hajanaisesti ilman systemaattista koordinoitua.</p>

3.3 Matkailupalveluiden kasvua tukeva saavutettavuus

Tausta

Suomen saavutettavuus rakentuu hyvien raide-, tie-, meri- ja lentoyhteyksien varaan. Suomen rataverkkoa tulisi kehittää, sillä rautatieverkon merkitys matkailussa tulee todennäköisesti korostumaan hiilidioksidipäästöjen vähentämistavoitteiden myötä entisestään. Yksityisautoilu on yleinen tapa matkustaa, sillä monet matkakohteet eivät ole saavutettavissa julkisilla liikenneyhteyksillä. Matkailun näkökulmasta tieverkon (ml. alempiasteinen tieverkko) kunnon parantaminen ja ylläpito on Suomessa välttämätöntä. Kansainvälisen saavutettavuuden näkökulmasta toimivat lento- ja meriyhteydet ovat tärkeitä.

Matkailupalvelujen kasvun edistämiseksi henkilöliikenteen palveluja tulisi kehittää kokonaisuutena. Liikennepalveluiden ja -yhteyksien toimivuus erityisesti liityntäyhteyksien

osalta on keskeinen ja huomionarvoinen osa matkailun saavutettavuutta. Matkustamisen tulee olla houkuttelevaa, ja kun liikennemuotojen (esimerkiksi raide-, tie- ja lentoyhteyksien) ketjuttaminen toimii, on matkustaminen saumatonta ja helppoa. Liikenne palveluna-toiminnan omaksumista tulisi vahvistaa. Matkakohteessa kansallispuistojen ja retkeily-alueiden reittien ylläpito on tärkeää matkailuyritysten menestymiselle.

Liikenneyhteyksien lisäksi saavutettavuuden keskeinen ulottuvuus on tietoyhteiskunnan tarpeisiin vastaavat kiinteät ja langattomat verkot. Investoinnit verkkoihin ovat edellytys digitalisaation tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntämiselle.

3.3.1 Saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen

Strategian mukaisia toimenpiteitä matkailualan tarpeet huomioon ottavan saavutettavuuden parantamiseksi on käynnistetty. Monien toimenpiteiden toteuttamiseen vaikuttavat matkailualan ulkopuoliset tekijät. Suoria lentoyhteyksiä kaikkialle Suomeen on edistetty, mutta koronapandemian vaikutuksesta toimenpiteiden vaikuttavuus on kärsinyt. Lentoliikenteen kilpailun rajoitteiden poistaminen on huomioitu sääntelyssä. Valtakunnallinen liikennejärjestelmäsuunnitelma vuosille 2021–2032 on hyväksytty huhtikuussa 2021, ja siinä alueiden saavutettavuutta tarkastellaan kokonaisuutena. Tämä muodostaa strategisen pohjan tulevaisuuden toimenpiteiden toteuttamiselle.

Matkailullisesti tärkeiden reitistöjen ja niitä tukevan infrastruktuurin toimivuuteen on tehty merkittäviä investointeja. Kehittämistyötä on tehty Metsähallituksen toimenpiteiden lisäksi paikallisissa yhteistyöhankkeissa, joiden onnistuminen riippuu siitä, onko rahoitusta saatavilla. Monet toimijat kertoivat yhteistyön vahvistuneen. Ulkoilureittien käyttö ja kysyntä on kasvanut koronapandemian aikana.

Liikenne- ja viestintäministeriö on edistänyt toimenpiteitä digitaalisen infrastruktuurin strategian mukaisesti, mutta laajakaistayhteyksien toteutus on pitkälti riippuvainen operaattorien investointihalukkuudesta. Monet alueet kuvasivat haasteita etenemisessä ja rahoituksen riittämättömyydessä. Digitaalisen infrastruktuurin tärkeys myös matkailun kannalta tunnustetaan. Samalla kuitenkin myös langattomien yhteyksien mahdollisuudet on nostettu esiin.

Monet saavutettavuuden kehittämiseen liittyvistä toimenpiteistä vaativat merkittäviä investointeja. Jatkossa tulisi varmistaa, että laajojen toimenpiteiden rahoitus on riittävällä tasolla.

Taulukko 7. Saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>15. Edistetään uusien, erityisesti suorien lentoyhteyksien saamista koko maassa mm. yhteistyön ja markkinoinnin keinoin.</p> <p>Vastuu: maakuntien liitot, kunnat, alueorganisaatiot, Finavia, Visit Finland</p>	3	<p>Suorien lentoyhteyksien saamista koko maahan on edistetty. Yhteistyötä on tehty mm. alueellisissa kehittämisryhmissä sekä matkanjärjestäjien kanssa. Suorien lentojen painopiste on edelleen suurimmissa kaupungeissa ja Pohjois-Suomessa, eikä toimenpide ole edennyt kaikissa maakunnissa.</p> <p>Koronapandemiasta johtuneet matkustusrajoitteet ja lentoliikenteen väheneminen ovat heikentäneet toimenpiteiden vaikuttavuutta merkittävästi. Uusien reittien avaaminen on tärkeää matkailun elpymiselle. Vastuuorganisaatioiden resurssit saavutettavuuden laajempaan edistämiseen ovat niukat.</p>
<p>16. Edistetään kilpailun mahdollisten rajoitteiden poistamista lentoliikennesopimusten ja sääntelyn avulla.</p> <p>Vastuu: LVM, Liikenne- ja viestintävirasto</p>	4	<p>Kilpailun rajoitteiden poistaminen on huomioitu tehdyissä sopimuksissa ja sääntelyssä.</p> <p>Toimenpiteen toteutus on jatkuvaa uusien sopimusten osalta.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>17. Valtakunnallisessa liikennejärjestelmäsuunnitelman valmistelussa ja sen toimeenpanossa alueiden saavutettavuutta tarkastellaan kokonaisuutena kansalaisten ja elinkeinoelämän liikkumistarpeet huomioiden.</p> <p><i>Valtakunnallinen liikennejärjestelmäsuunnitelma on strateginen suunnitelma liikennejärjestelmän kehittämisestä. Se on laadittu liikennejärjestelmästä ja maanteistä annetun lain (503/2005) 15 b §:n mukaisesti. Suunnitelma sisältää kuvauksen liikennejärjestelmän nykytilasta, toimintaympäristön muutoksista, vision liikennejärjestelmän kehittämisestä, tavoitteet ja toimenpiteet.</i></p> <p>Vastuu: LVM, Liikenne- ja viestintävirasto, Väylävirasto, ELY-keskukset, kunnat</p>	4	<p>Valtakunnallinen liikennejärjestelmäsuunnitelma vuosille 2021–2032 (Liikenne 12) on hyväksytty huhtikuussa 2021. Maakunnalliset liikennejärjestelmät huomioivat matkailun tarpeet vaihtelevasti.</p> <p>Alueiden saavutettavuutta on tarkasteltu suunnitelmassa kokonaisuutena, ja sen kehittymistä seurataan osana liikennejärjestelmäanalyysia, josta vastaa Liikenne- ja viestintävirasto. Toimeenpanossa on huomioitava, että maaseudulla sijaitsevien matkailuyritysten saavutettavuus perustuu valtaosin yksityisautoiluun.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>18. Varmistetaan matkailullisesti tärkeiden reitistöjen (ulkoilureitit, ladut, luontopolut, moottorikelkkaväylät) ja niitä tukevan infrastruktuurin toimivuus ja reittien turvallinen opastus. Huomioidaan reittien turvallisuus reittien koko elinkaaren ajan (esim. ylläpitovastuut, monikäyttö, sivullisille aiheutuvat haitat).</p> <p><i>Kansallispuistojen sekä retkeilyalueiden reittien ylläpidon sekä retkeily- ja kelkkareittien perustamisen rahoittaminen on tärkeää matkailuyritysten menestymiselle. Matkailullisesti tärkeät reitistöt tarvitsevat toimivaa infrastruktuuria ja opasteita. Reittien laadun ja turvallisuuden varmistamisessa eri toimijoiden yhteistyöllä on suuri merkitys.</i></p> <p>Vastuu: YM, MMM, LVM, Metsähallitus, kunnat, alueorganisaatiot, yritykset, pelastuslaitos</p>	4	<p>Metsähallitus on investoinut merkittävästi reitistöjen ja niihin liittyvän palveluinfrastruktuurin kuntoon. Korjausrakentaminen tukee matkailua laadun paranemisen ja monipuolistamisen kautta. Metsähallitus on toteuttanut mm. seuraavia toimenpiteitä: tarkastelu matkailullisesti tärkeistä kohteista ja palveluvarustuksesta, toimenpideohjelma reitistöihin ja palveluvarustukseen liittyvän korjausvelan poistamiseksi (valtakunnallinen investointiohjelma), moottorikelkkaväylästäön kehittämissuunnitelma osana luontomatkailua sekä asiakasturvallisuuden kehittäminen ja seuranta. Lisäksi Metsähallitus on toteuttanut useita yhteistyöhankkeita muiden toimijoiden kanssa.</p> <p>Toimenpiteen edistymiseen alue- tasolla on vaikuttanut erityisesti Metsähallituksen rahoitus paikallisille hankkeille. Osa-alueen tunnistetaan vaativan jatkuvaa kehittämistä.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>19. Pyritään mahdollistamaan koko Suomessa tarkoituksenmukaisten, kohtuuhintaisten, nykyajan ja tulevaisuuden tietoyhteiskunnan tarpeisiin vastaavien laajakaistayhteyksien toteutuminen.</p> <p><i>Saavutettavuuden keskeinen ulottuvuus on myös tietoyhteiskunnan tarpeisiin vastaavat kiinteät ja langattomat verkot, joita ilman digitalisaation tarjoamia mahdollisuuksia ei voida hyödyntää.</i></p> <p>Vastuu: LVM, MMM, kunnat, maakuntien liitot, ELY-keskukset</p>	3	<p>Liikenne- ja viestintäministeriö on edistänyt toimenpiteitä digitaalisen infrastruktuurin strategian mukaisesti. Tavoitetta nopeiden ja toimivien laajakaistayhteyksien toteutumisesta kaikille suomalaisille on edistetty, mutta osa toimenpiteistä on vielä kesken.</p> <p>Laajakaistatukiohjelmaa jatkettiin vuoden 2021 alusta hallitusohjelman mukaisesti. Viestintäverkkoja kehitetään lähtökohtaisesti markkinaehtoisesti. Ilman operaattorien halukkuutta paikallisten toimijoiden mahdollisuudet ovat rajallisia. Toimenpide kytkeytyy maaseutupolitiikkaan ja sen rahoitukseen.</p>
<p>20. Toteutetaan kestävää luontomatkailua tukeva valtakunnallinen moottorikelkkaväylästä sekä pysyvä rahoitus- ja hallinnointijärjestelmä sen ylläpitoon.</p> <p><i>Kansallispuistoja ja muita luontokohteita hyödyntävässä toiminnassa on huolehdittava siitä, että alueen luontoarvot säilyvät matkailupoliittisia toimenpiteitä toteutettaessa. Jotta luonnonsuojelualueverkoston kohdistuva matkailu voisi lisäntyä merkittävästi ilman, että se uhkaa alueiden kestävyyttä, tulee luonnonsuojelualueverkoston hoidon ja ylläpidon rahoituksen sekä hoidon, käytön suunnittelun ja alueiden kestävyys seurannan olla riittävällä tasolla.</i></p> <p>Vastuu: YM, MMM, maakuntien liitot, kunnat, ELY-keskukset</p>	1	<p>Moottorikelkkailun kehittämistä osana kestävää luontomatkailua selvittäneen hankkeen (MOKEMA) suunnitelmiin perustuvan strategiakirjauksen toimeenpano edellyttää jatkoselvitystyötä, johon ei toistaiseksi ole osoitettu rahoitusta.</p> <p>Yksittäisiä alueellisia reittejä on kehitetty.</p>

3.3.2 Liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen

Liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen on osin käynnistynyt, mutta merkittävä osa toimenpiteistä on kohdennettu vasta myöhemmälle ajankohdalle. Liikennepalvelulain (320/2017) jälkiarviointi teetetään vuonna 2022. Teemaan liittyviä kokeiluja on käynnistetty paikallisesti.

Liikennesektorin lainsäädännön vaikutuksia tulisi seurata aktiivisesti ja tunnistaa mahdollisia muutostarpeita. Alueellisia kokeiluja kannustetaan jatkamaan ja varmistamaan, että tulokset ovat hyödynnettävissä.

Kokonaisuutena matkailun saavutettavuuden edistämiseen kytkeytyy eri hallinnonalojen sisältöjä, joten jatkokehittämistä on syytä tehdä tiiviisti yhteistyötä koordinoiden ja mahdolliset synergiat huomioiden. Läpileikkaavia näkökulmia ovat liikennesektorin kehittämisen lisäksi alueiden elinvoimaisuus ja liikennetarkaisujen kestävyys.

Taulukko 8. Liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>21. Seurataan Suomen liikennesektorin lakiuudistuksen toimivuutta ja soveltamista. Huolehditaan erityisesti siitä, että julkisen sektorin järjestämät liikennepalvelut voidaan helposti liittää osaksi matkaketjuja.</p> <p><i>Liikennesektorin lakiuudistus mahdollistaa liikennepalveluiden joustavamman tarjoamisen ja eri liikennemuotojen kokoamisen matkailijalle helpoksi matkaketjuksi. Tuloksena on lipun hankkimisen ja matkan suunnittelun helpottuminen matkustajalle.</i></p> <p>Vastuu: LVM, Liikenne- ja viestintävirasto, ELY-keskukset, maakuntien liitot, kunnat, yritykset</p>	3	<p>Liikennepalvelulain (320/2017) jälkiarviointi teetetään ulkopuolisen asiantuntijatahon selvityksenä vuoden 2022 aikana. Tavoitteena on, että selvitys valmistuu elokuussa 2022, minkä jälkeen se viedään eduskunnalle. ELY-keskukset ja maakuntien liitot ovat edistäneet lakiuudistuksen soveltamista alueillaan.</p> <p>Valtakunnallinen liikennejärjestelmäsuunnitelma sisältää toimenpiteitä, joilla kehitetään matkaketjuja. Toimenpiteissä korostetaan tiedon hyödyntämistä ja solmupisteiden kehittämistä.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>22. Tuetaan matkaketjukokeilujen vakiintumista pysyviksi toiminnoiksi kiinnittäen huomiota pilottikokeiluiden tulosten yleistämisen mahdollisuuksiin.</p> <p><i>Raide-, tie-, meri- ja lentoliityntäliikenteen tulisi toimia yhteen mahdollisimman saumattomasti sujuvien matkaketjujen varmistamiseksi.</i></p> <p>Vastuu: LVM, Liikenne- ja viestintävirasto, ELY-keskukset, maakuntien liitot, kunnat, yritykset</p>	2	<p>Rajattuja kokeiluja ja pilotointeja tehdään ympäri maata sekä kaupungeissa että maaseudulla. Yksittäisissä maakunnissa on käynnistetty kokeiluja, mutta joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta toteutus on alkuvaiheessa.</p> <p>Liikennealan kestävän kasvun ohjelmassa kokeilujen vaikuttavuuden ja skaalautuvuuden kehittäminen on nostettu yhdeksi strategiseksi toimenpiteeksi.</p>
<p>23. Kootaan ja jaetaan parhaita käytänteitä liikenne palveluna -toteutuksesta matkailussa.</p> <p>Vastuu: LVM, Liikenne- ja viestintävirasto, ELY-keskukset, kunnat, yritykset</p>	1	<p>Toimenpiteen toteutusta ei ole käynnistetty koordinoitusti. Yksittäisiä kokeiluja on toteutettu (esim. Keski-Suomen laatupalvelupilotti Matkahuollon kanssa).</p>

3.4 Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

Tausta

Matkailualan kilpailukykyyn kehittäminen vaatii matkailutoimijoiden yhteistyötä ja tiivistä verkostoitumista. Matkailun kehittämistä koskevien toimien yhteensovittaminen edellyttää poikkihallinnollisen yhteistyön tiivistämistä. Tiedolla johtamiseen on alettu kiinnittää aiempaa enemmän huomiota sekä poliittisessa päätöksenteossa että matkailuyritysten ja -alueiden strategisessa johtamisessa. Matkailualaa on tärkeää kehittää tutkimukseen ja innovaatiotoimintaan sekä ennakkointiin perustuen. Kilpailukykyisen toimintaympäristön kehittämiseksi huomiota tulee kiinnittää muun muassa siihen, miten lainsäädännöllä tuetaan yrittäjyyttä ja työntekeytymisen monia muotoja. Myös jakamis- ja alustatalouden vaikutuksia matkailualalle tulee seurata aktiivisesti, jotta tarvittaessa voidaan ryhtyä toimenpiteisiin alan toimijoiden ja kuluttajien yhtäläisen kohtelun varmistamiseksi.

Osaavan työvoiman saatavuus on matkailuyritysten kasvun edellytys. Osaavan työvoiman saatavuus on kuitenkin yhä suurempi haaste, johon tulee löytää ratkaisuja. Panostuksia tarvitaan muun muassa koulutuksen monipuolistamiseen, tutkimustietoon pohjautuvaan työmarkkinoiden kehittämiseen ja alueellisen liikkuvuuden sujuvoittamiseen. Keskeistä on panostaa kohtaantohaasteen ratkaisemiseen kehittämällä esimerkiksi yritysten tarpeisiin räätälöityjä koulutuksia ja kansainvälisen työvoiman rekrytointia.

3.4.1 Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen

Matkailualan poikkihallinnollista yhteistyötä on kehitetty asettamalla Matkailufoorumi ja käynnistämällä sen työskentely. Matkailun poikkihallinnollinen strateginen ohjelma ei kuitenkaan edennyt hallitusohjelmaan asti. Kansainvälistymisen edistämiseksi toimenpiteitä on laajasti käynnissä. Suomeen suuntautuvan matkailun markkinointia kansainvälisillä markkinoilla tehdään erityisesti suuraluetaso yhteistyönä.

Matkailustrategian kaikkien toimenpiteiden toteutuksen osalta korostuu läpileikkaavasti toive koordinaatiosta, erityisesti matkailualaa laajemmissa toimenpiteissä. Matkailufoorumin työskentelyssä eri toimijoiden välistä horisontaalista ja vertikaalista yhteistyötä voidaan tiivistää, jotta kunnianhimoisiin tavoitteisiin voidaan vastata mahdollisimman hyvin.

Kansainvälistymistyössä on syytä jatkaa eri mahdollisuuksien ja instrumenttien tunnetuksi tekemistä ja yrittää tuoda niitä käyttöön mahdollisimman laajasti. Aluemarkkinointi on tavoitteiltaan jossain määrin ristiriidassa matkailun teemoittaisen markkinoinnin kanssa.

Taulukko 9. Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>24. Valmistellaan ja käynnistetään matkailun poikkihallinnollinen strateginen ohjelma.</p> <p><i>Matkailutoimijoiden yhteistyö ja tiivis verkostoituminen mahdollistavat erityisesti kansainvälisen huomion kääntämisen uudeksi kasvuksi ja työpaikoiksi Suomessa. Kunnianhimoisten tavoitteiden saavuttaminen matkailun edistämisessä sekä matkailullisen ja kaupallisen maakuvan kehittämisessä edellyttää vastuullista resursointia. Alan kilpailukyvyn edistäminen ja matkailun kehittämistä koskevien toimien yhteensovittaminen edellyttää poikkihallinnollisen yhteistyön tiivistämistä.</i></p> <p>Vastuu: TEM, ministeriöt</p>	0	Ohjelmaa on valmisteltu ja esitetty hallitusohjelmaan vuonna 2019, mutta esitys ei edennyt osaksi hallitusohjelmaa.
<p>25. Nostetaan Business Finlandille / Visit Finlandille matkailun edistämiseksi osoitettu rahoitus valtion ja matkailuyritysten yhteistyönä kilpailukyiseksi kilpailijamaiden matkailun edistämisbudjettien kanssa.</p> <p>Vastuu: TEM</p>	3	<p>Visit Finlandille on kohdennettu lisärahoitusta vuosille 2019–2024 osana matkailuun kohdistuvia ohjelmia (Matkailu 4.0 -ohjelma, hallituksen 10.12.2019 ohjelmaan sisältyvä matkailun kansallinen ohjelma, Suomen kestävän kasvun ohjelma).</p> <p>Pysyvää tasokorotusta ei ole vakiinutettu.</p>
<p>26. Asetetaan MiniMatka-työryhmä poikkihallinnolliseksi korkean tason työryhmäksi, jossa ovat edustettuina keskeiset sidosryhmät ml. edunvalvontaorganisaatiot. Työryhmän tehtävänä on laaja-alainen matkailun kehittäminen ja toimien yhteensovittaminen.</p> <p>Vastuu: TEM</p>	5	TEM on asettanut Matkailufoorumin ja työskentely on käynnistynyt syysylä 2021.

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>27. Markkinoidaan Suomea kansainvälisillä markkinoilla Visit Finlandin suuralueyhteistyömallilla yhtenäisempien viestien aikaansaamiseksi ja kokonaispanostuksen lisäämiseksi. Suuralueita on neljä: Lappi, Järvi-Suomi, rannikko ja saaristo sekä pääkaupunkiseutu.</p> <p><i>Suuralueyhteistyömallilla kehitetään matkailullista Suomi-brändiä. Jako suuralueisiin luo perustan vahvalle matkailupalveluiden ja -tuotteiden tarjonnalle sekä vetovoimaisten alabrändien rakentumiselle.</i></p> <p>Vastuu: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset</p>	4	<p>Työ on käynnissä ja tuotekehitystä ja brändäystä on tehty kaikilla suuralueilla. Suuralueiden toimijat ovat hyödyntäneet omaa suuraluettaan markkinoinnissaan ja tehneet yhteiskampanjoita. Viestejä tarkennetaan edelleen ja niiden ympärille tehdään esimerkiksi videoita. Yksittäisissä matkailun alueorganisaatioissa toiminta on lähtenyt hyvin käyntiin.</p> <p>Koronapandemia on hidastanut hyvin alkanutta kehitystyötä.</p>
<p>28. Osallistutaan aktiivisesti EU, Pohjois- ja OECD-maiden sekä Itämeren, Barentsin ja arktisen alueen väliseen matkailuyhteistyöhön matkailustrategian tavoitteiden ja sisältöjen edistämiseksi ja matkailun sujuvoittamiseksi.</p> <p>Vastuu: ministeriöt, Visit Finland, maakuntien liitot, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueorganisaatiot, yritykset, edunvalvontaorganisaatiot</p>	3	<p>Osallistumisaktiivisuus vaihtelee toimijoittain. Osa organisaatioista on osallistunut erittäin paljon kansainväliseen matkailuyhteistyöhön, mutta osa on vasta tehnyt alustavia toimenpiteitä. Pääsääntöisesti matkailualalla on kuitenkin jo pitkään ollut aktiivista kansainvälistä yhteistyötä ja toimenpiteen toteutus etenkin valtakunnan tasolla on hyvässä vauhdissa. Kansainvälinen matkailuyhteistyö mainittujen tahojen kanssa kuuluu ministeriöiden (erit. TEM) normaaleihin työtehtäviin.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>29. Kannustetaan matkailualaa hyödyntämään kansainvälistymisessä Business Finlandin koko palvelutarjonta (verkostoituminen, rahoitus), jonka kehittämisessä huomioidaan matkailualan kansainvälistymisen tarpeet.</p> <p>Vastuu: Business Finland, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot</p>	2	<p>Visit Finlandin asiakastyössä on jaettu tietoa Business Finlandin rahoitusinstrumenteista. Rahoitusinstrumenteja on pyritty räätälöimään paremmin matkailualan tarpeet huomioivaksi. Osa toimijoista on hyödyntänyt Business Finlandin rahoitusta esimerkiksi tutkimushankkeissa.</p> <p>Tarve toimenpiteelle on tunnustettu jo pitkään, mutta potentiaaliin nähden toimenpiteen eteneminen on ollut hidas.</p>
<p>30. Tehostetaan kansainvälistä matkailumarkkinointia lisäämällä Team Finland -yhteistyötä.</p> <p>Vastuu: Visit Finland, Business Finland, UM, TEM ja muut Team Finland -toimijat</p>	3	<p>Visit Finlandilla on uusi toimintamalli, joka tulee tukemaan Team Finland -yhteistyötä laajemmilla markkinoilla. Visit Finland on laajentanut markkinakattavuuttaan laajentamalla edustajiensa roolia käsittämään laajempia markkina-alueita (esimerkiksi Kaakkois-Aasia). Tavoitteena on, että alueelle nimetty edustaja pystyy aktiivisemmin seuraamaan markkina-alueen kehitystä, tarttumaan sen markkinapotentiaaliin sekä tukemaan alueella toimivia suomalaisia yrityksiä.</p>

3.4.2 Tiedolla johtamiseen panostaminen

Matkailun tiedonkeruuta toteutetaan jo nyt monipuolisesti, erityisesti Visit Finlandin toimesta. Tämä on edellytys mittareiden kehittämiselle ja toimenpiteiden vaikuttavuuden todentamiselle. Kokonaisuutena tietojen kerääminen näyttäytyy kuitenkin pistemäisenä toimintana, jolloin riskinä on, että kaikki keskeiset tiedot eivät tule kerättyä oikealla tasolla tai sisällöllä.

Tiedolla johtamisen kokonaisuus hyötyisi selkeämmästä toimenpideohjelmasta ja vastuunjaosta. Tavoitteet, mittarit, tietolähteet, tiedon analysointi ja tiedon esittäminen kytkeytyvät tiiviisti toisiinsa. Niiden kehittäminen olisi vaikuttavinta yhtenä kokonaisuutena. Visit Finland on laatinut matkailun kansallisen tiedolla johtamisen toimintamallin, joka kokoaa näitä yhteen. Mittaaminen kytkeytyy monin osin muihin politiikkasektoreihin (mm. ilmastopolitiikka, aluepolitiikka), joiden välinen laajempi yhteistyö edistäisi tiedolla johtamisen kehittämistä.

Taulukko 10. Tiedolla johtamiseen panostaminen

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>31. Toteutetaan matkailutoimialan digitaalinen tiedolla johtamisen tietopalvelu (alusta, analytiikka, tiedon jakaminen) kansallisella tasolla.</p> <p><i>Matkailun globaalin ja kansallisen kasvun myötä tiedolla johtamisen merkitys on noussut. Tiedolla johtaminen kytkee tutkimustiedon paitsi poliittiseen päätöksentekoon myös matkailualueiden ja -yritysten strategiseen johtamiseen. Kattavaa mittaristoa tarvitaan nopeasti matkailun kestävyden arviointiin ja digitaalisen markkinoinnin vaikuttavuuden seurantaan.</i></p> <p>Vastuu: TEM, Business Finland</p>	1	<p>Projekti on käynnistynyt ja sille on nimetty vastuuhenkilö.</p> <p>Projekti on viivästynyt, sillä toimenpiteen tavoitteena ollut tietopalvelu on jo tarjolla kaupallisella toimijalla. Tämän seurauksena Visit Finland on päättänyt keskittyä erityisesti itse keräämänsä tiedon ja datan raportointiin alustan kautta. Toimenpiteessä on tarkoituksena rakentaa Visit Finlandin matkailutilastot ja -tutkimukset sivustosta Matkailun tietoportaali, jonne kerätään kootusti matkailun avainmittarit, kuten matkailustrategian mittarit ja Visit Finlandin keräämä tieto matkailualasta ja sen avainluvusta. Tarkoituksena on, että tietoja voidaan jakaa matkailuelinkeinolle avoimen rajapinnan kautta sekä valmiina raportointinäkyminä.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>32. Kehitetään matkailun määrällistä ja laadullista tilastointia, datan ko-koamista sekä matkailun vaikutusten mittaamista ja seurantaa sekä kansallisella että maakuntatasolla.</p> <p><i>Muun muassa seuraavissa teemoissa: luontomatkailun kestävyysseuranta, ympäristövaikutusten arviointi, seuranta ja ennakointi, matkailuinvestointien kehityksen seuranta, matkailupalveluiden onnettomuustilanteiden ja turvallisuuden omaohjelmakäytäntöjen seuranta sekä Big Data -aineistojen (mm. matkapuhelinoperaattorien paikannustieto) hyödyntäminen matkailutilastoissa.</i></p> <p>Vastuu: TEM, Business Finland, Visit Finland, Tilastokeskus, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueelliset kehittämisyritykset, Metsähallitus, Tukes</p>	3	<p>Seurantajakson aikana on otettu edistysaskelia tilastotietojen tuottamisessa. Matkailun tilastoinnissa on onnistuttu sekä ylläpitämään nykyisiä tietolähteitä että laajentamaan uusia lähteitä. Tilastointia on kehitetty muun muassa onnettomuuksien, kävijäseurannan, käytön kestävyysseuranta, tuotetietojen, matkailukysynnän ja vuokramökkien osalta. Lisäksi Eurostatin kanssa on tehty kansainvälistä yhteistyötä majoituksen tilastointiin kansainvälisillä alustoilla.</p> <p>Visit Finland on laatinut matkailun kansallisen tiedolla johtamisen toimintamallin, jonka tavoitteina ovat selkeät ja yhdenmukaiset roolit, kustannustehokkuus, laadukas ja vertailukelpoinen matkailutieto, edistyneen analytiikan ja tekoälyn edellytysten luonti sekä tiedolla johtamisen osaamisen edistäminen matkailualalla.</p> <p>Toimenpiteessä on kyse laajasta kokonaisuudesta, joten kaikkia toimenpiteitä ei ole vielä ehditty edistämään samaa tahtia. Kaikilla toimijoilla ei myöskään ole vielä täysin selvää, mitä tavoitetta ja millaisilla mittareilla ja indikaattoreilla sitä halutaan tavoitella. Toimenpiteen vaikuttavuuden kannalta nähdään oleellisena rajapintojen rakentaminen eri toimijoiden aineistojen välille lähitulevaisuudessa.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>33. Selvitetään ulkomaalaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä Suomessa.</p> <p>Vastuu: TEM, Visit Finland, Tilastokeskus</p>	2	<p>Toimenpiteen suunnittelu on käynnistetty toukokuussa 2021 ja sen edistämiseksi on tehty taustaselvityksiä. Toimijat ovat tehneet tiivistä yhteistyötä toimenpiteen edistämiseksi. Esimerkiksi TEM on vuonna 2020 kilpailutuksen kautta hankkinut matkailijatutkimuksen uudistamistarpeita tarkastelevan selvityksen, jonka tuloksia hyödynnetään tutkimuksen uudistamisessa.</p>
<p>34. Mitataan matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia.</p> <p><i>Matkailulla on aluekehittämistä tukeva vaikutus. Kehityksen varmistamiseksi tavoitteena tulee olla matkailun aluetaloudellisen vaikutuksen lisäksi yöpymisvuorokausien kasvun jakautuminen paitsi ympärivuotisesti myös tasaisemmin alueiden välillä.</i></p> <p>Vastuu: TEM</p>	4	<p>Tilastokeskus on työ- ja elinkeinoministeriön toimeksiannosta laatinut alueellisen matkailutilinpidon raportin vuosina 2020 ja 2021.</p> <p>Vaikutuksia on suositeltavaa seurata vuosittain.</p>
<p>35. Kehitetään matkailualan hiilijalanjäljen laskentaa kansallisella tasolla.</p> <p>Yksittäistä liikkumismuotoa koskevien päästöjen vähentämisen rinnalla on keskeistä pyrkiä vaikuttamaan toimialan vähähiilisyyteen kokonaisuutena. Matkailun hiilijalanjäljen pienentämiseksi tarvitaan poliittisia päätöksiä ja kansainvälisiä sopimuksia toimialan omien päätösten vahvistamiseksi ja matkailijoiden kulutuskäyttäytymisen muutosten tukemiseksi.</p> <p>Vastuu: ministeriöt, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot</p>	2	<p>Matkailupalveluiden hiilipäästöjen laskentaa on kehitetty ja laskentaa opetellaan ottamalla työkaluja haltuun. Kansallisella tasolla toimivaa mallia ei kuitenkaan ole vielä muodostunut.</p> <p>Koronapandemia on hidastanut laskennan kehittämistä.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>36. Kehitetään matkailun vastuullisuuden mittaamista, seuranta ja arviointia kansallisella tasolla huomioiden erityisesti Agenda 2030 -tavoitteet.</p> <p>Vastuu: ministeriöt, Business Finland, Visit Finland, Tilastokeskus, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, Metsähallitus</p>	3	<p>Osana Sustainable Travel Finland -ohjelmaa otetaan asteittain käyttöön kansalliset kestävän matkailun mittarit ja indikaattorit vuodenvaihteessa 2021/2022. Metsähallituksella on oma Agenda 2030 -tavoitteisiin pohjautuva vastuullisuusohjelma.</p>

3.4.3 Matkailun kestävä kasvua tukeva lainsäädäntö, maankäyttö sekä toimintakulttuuri

Matkailualaan kytkeytyvää lainsäädäntöä ja viranomaisvalvontaa on kehitetty monin tavoin, mutta erillisten toimenpiteiden sijaan kyse on ennemminkin matkailunäkökulman huomioimisesta muun valmistelun yhteydessä. Matkailualan näkökulmasta keskeistä jakamis- ja alustatalouteen kytkeytyvää sääntelyn kehittämistä on vasta saatu aloitettua.

Lainsäädännön kehittämiseen kytkeytyvillä toimenpiteillä on vaikutuksia myös matkailualaan. Kehittämistä on syytä jatkaa, mutta kaikkien toimenpiteiden arviointi osana matkailustrategian toteutusta ei ole välttämättä mielekästä. Esimerkiksi yritysvaikutusten arviointi toteutetaan toimialariippumattomasti.

Taulukko 11. Matkailun kestävä kasvua tukeva lainsäädäntö, maankäyttö sekä toimintakulttuuri.

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>37. Toteutetaan lainsäädäntöä valmisteltaessa yritysvaikutusten arviointi, jossa huomioidaan erikokoiset matkailuyritykset ja näiden tasapuolinen kohtelu myös suhteessa jakamis- ja alustatalouden toimijoihin.</p> <p><i>Kilpailukykyinen toimintaympäristö ja kannattava yritystoiminta ovat koko Suomen etu. Matkailuyrittämistä koskeva lainsäädäntö on pirstaloitunut ja monitahoinen, koska alaa koskettavat eri hallinnonalojen säädökset ja toimenpiteet. Lainsäädännön tulee tukea yrittäjyyttä ja työntekemisen monia muotoja ja mahdollisuuksia.</i></p> <p>Vastuu: ministeriöt</p>	3	<p>Yritysvaikutusten arvioinnit on tehty toimialariippumattomasti. Suoraan matkailualalle kohdennettuja arviointoja ei ole toteutettu.</p> <p>Toimenpidettä tai ainakin osuutta ”myös suhteessa jakamis- ja alustatalouden toimijoihin” ehdotetaan poistettavaksi, koska yritysvaikutusten arviointi lainsäädännön valmistelussa on osa perustyötä.</p>
<p>38. Kehitetään viranomaisvalvonnan uusia toimintatapoja valmentavalla työotteella ”valvojasta valmentajaksi”.</p> <p>Vastuu: kunnat, ELY-keskukset, AVI, Tukes, Ruokavirasto</p>	3	<p>Viranomaisvalvontaa on jossain määrin kehitetty viime vuosina esimerkiksi järjestämällä virkamiehestä valmentajaksi -koulutusta, kehittämällä oman toiminnan arviointiin erilaisia itsearviointityökaluja, osallistumalla erilaisiin koulutuksiin sekä tuottamalla oppaita.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>39. Kehitetään eri tasoilla tehtävää kaavoitusta ja muuta alueidenkäytön suunnittelua siten, että myös matkailuelinkeinon tarpeet tulevat huomioituksi (mm. elinkeinojen yhteensovitus, prosessien sujuvoittaminen), vaikutetaan maankäyttö- ja rakennuslain kokonaisuudistukseen.</p> <p><i>Alueidenkäytön suunnittelussa ja maankäyttö- ja rakennuslain kokonaisuudistuksessa on keskeistä huomioida matkailun tarpeet ja turvata sen toimintaedellytykset</i></p> <p>Vastuu: YM, Metsähallitus, maakuntien liitot, ELY-keskukset, kunnat.</p>	2	<p>Kaavoitus- ja rakentamislain (ent. maankäyttö- ja rakennuslaki) luonnos on lausunnolla. Työssä on kuultu laajasti eri sidosryhmiä. Osassa maakuntien liitoista aihe on huomioitu alueidenkäytön suunnittelussa ja maakuntaohjelmissa. Esimerkiksi Lahden seudun rakennetyömallissa on kartoitettu matkailun tarpeita.</p>
<p>40. Toteutetaan matkailualaan kohdistuviin jakamis- ja alustatalouden vaikutuksiin tarvittavina toimenpiteinä mm. ammattimaisen ja ei-ammattimaisen toiminnan määrittely ja kuluttaja-/asiakasturvallisuuden lisääminen esim. palveluntarjoajille suunnatun ohjeistuksen, koulutuksen ja tiedotuksen keinoin.</p> <p><i>Jakamistalous on monessa tilanteessa muuttunut kohti ammattimaista, alustoilla tapahtuvaa liiketoimintaa. Alustatalouden toimintamallit haastavat säädösympäristöä esimerkiksi markkinoilepääsyn vaatimusten, verotuksen, työn ja kuluttajansuojan osalta.</i></p> <p>Vastuu: ministeriöt, Tukes</p>	1	<p>Toimenpiteen edistäminen on käynnistynyt eri ministeriöiden välisten keskustelujen kautta, mutta vielä ei ole tehty konkreettisia toimenpiteitä muun muassa ammattimaisen ja ei-ammattimaisen toiminnan määrittelyn tai kuluttajille suunnatun ohjeistuksen, koulutuksen ja tiedotuksen keinoin. Jatkotoimenpiteeksi on sovitettu jakamis- ja alustatalouden ohjeistuksen ja tiedotuksen tehostaminen eri tahojen yhteistyönä.</p> <p>Toimenpide on edelleen relevantti. Toimintaa ja sen sääntelyn tulkintaa määrittävät tällä hetkellä pitkälti myös tuomioistuinten lyhytaikaista majoitustoimintaa koskevat ratkaisut.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>41. Jatketaan audiovisuaalisen alan tuotantokannustimen myöntämistä.</p> <p><i>Audiovisuaalisen alan tuotantokannustimella pyritään edistämään kotimaisten ja ulkomaisten audiovisuaalisten tuotantojen sijoittumista Suomeen. Kannustimen myötä Suomessa toteutetusta tuotannosta saa maksuhyvitystä. Audiovisuaalisen alan tuotantokannustin on lisännyt kansainvälistä kiinnostusta Suomea kohtaan tuotantomaana ja edistänyt suomalaisten audiovisuaalisen alan yritysten kehitystä, kasvua ja kansainvälistymistä.</i></p> <p>Vastuu: TEM, Business Finland</p>	5	<p>Tuotantokannustimen myöntämistä on jatkettu. Opetus- ja kulttuuriministeriön sekä työ- ja elinkeinoministeriön asiantuntijoista koostuva työryhmä ohjaa kannustimen kriteeristöä ja toimien suunnittelussa tehdään kiinteää yhteistyötä Business Finlandin ja TEM:n välillä.</p>
<p>42. Edistetään investointeja matkailualalla; houkutellaan ulkomaisia investointeja, investoidaan majoituskaasiteetin lisäksi matkailutuotteiden sisältöön ja yritysten liiketoiminnan kehittämiseen.</p> <p><i>Matkailuinvestointeihin panostaminen ja ulkomaisten investointien houkuttelu ovat keskeistä kilpailukyvyyn kehittämisessä. Matkailuinvestoinneilla lisätään Suomen kiinnostavuutta, sekä parannetaan matkailupalveluiden tarjontaa ja infrastruktuuria. Lisäksi matkailuyritysten toimintaedellytyksiä voidaan parantaa edistämällä matkailualueiden infrastruktuuriin (esim. liikenneyhteydet, energiatehokkuus) tehtäviä investointeja, mikä ei vääristä yritysten välistä kilpailua.</i></p> <p>Vastuu: Business Finland, ELY-keskukset, alueelliset kehittämissyhtiöt</p>	3	<p>Osalla vastuutahoista on päivittäistä toimintaa toimenpiteen edistämiseksi. Business Finlandin yksiköistä Visit Finland ja Invest in Finland ovat tehneet muun muassa markkinointia, neuvonta- ja sparraustyötä matkailuyrityksille ja matkailuhankkeiden kehittäjille sekä myyntimateriaalia kansainvälisille kohderyhmille.</p> <p>Koronapandemia on heikentänyt rajusti investointeja vuosina 2020 ja 2021.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>43. Selvitetään koulujen kesälomien siirron yhteiskunnallisia vaikutuksia koulumaailmaan kansantalouden vaikuttavuuden rinnalla sekä käynnistetään tulosten perusteella tarvittavat toimenpiteet.</p> <p><i>Suomessa kesämatkailupalveluja tarjoavien yritysten sesonki on lyhyt, ja se ajoittuu osittain väärään aikaan. Eurooppalaisten parhaat lomakuukaudet ovat heinäkuu ja etenkin elokuu. Koulut alkavat Suomessa elokuun puolivälissä, jolloin käytännössä useat kesämatkailukohteet joutuvat sulkemaan ovensa. Ulkomaalaiset asiakkaat eivät yksin riitä siihen, että yritysten olisi kannattavaa toimia. Koulujen kesälomien siirrolla kaksi viikkoa eteenpäin on merkittävää taloudellista vaikutusta alalle.</i></p> <p>Vastuu: TEM, OKM</p>	1	<p>Toimenpiteen edistämisestä on käyty vasta alustavia keskusteluja työ- ja elinkeinoministeriön ja opetus- ja kulttuuriministeriön välillä.</p> <p>Koronapandemian seurauksena toimenpanon edistäminen on viivästynyt.</p>

3.4.4 Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen

Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen on ollut merkittävä haaste jo ennen koronapandemiaa, ja toimenpiteiden merkitys on sen jälkeen kasvanut.

Vaikka alan imagon parantamiseksi on tehty toimenpiteitä, koronapandemian seurauksena työvoimatilanne on jopa heikompi kuin ennen pandemiaa. Jatkuvan oppimisen koulutusmahdollisuuksia on hyvin tarjolla, mutta haasteena on työvoiman kohtaanto.

Koronapandemian seurauksena työvoiman saatavuus on noussut merkittäväksi matkailualan kehittymistä rajoittavaksi tekijäksi. Lähivuosina jo aiemmin esiin nousseiden haasteiden ratkaisemiseksi tarvitaan konkreettisia toimenpiteitä, jotka on mitoitettu muuttuva tilanne huomioiden.

Taulukko 12. Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>44. Parannetaan alan imagoa, arvostusta ja houkuttelevuutta ympärivuotisen osaavan työvoiman turvaamiseksi hallinnonalojen yhteistyönä.</p> <p>Haasteet osaavan työvoiman löytämisessä ovat nousseet yhä useamman matkailuyrityksen kasvun esteeksi. Rekrytointiongelmien taustalla vaikuttavat mm. työnhakijoiden osaamisvajeet, vaikeus löytää avoimia työpaikkoja, kannustinloukkuongelmat, toimialan heikko kannattavuus, epäsäännöllinen ja sesonkiluonteinen työ sekä asunnon löytämiseen liittyvät ongelmat.</p> <p>Vastuu: TEM, OKM, OPH, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, edunvalvontaorganisaatiot, TE-toimistot, yritykset</p>	2	<p>Toimenpiteen edistämiseksi toimijat ovat muun muassa järjestäneet erilaisia imagoa edistäviä kampanjoita, tehneet vetovoimatyötä, osallistuneet osaamisen ennakointifoorumin työhön, vahvistaneet Suomen maakuvaa ja pyrkineet saamaan opiskelijoita ulkomailta ja markkinoineet alaa peruskouluissa.</p> <p>Koronapandemia on hidastanut alkunutta kehitystä. Pandemian seurauksena matkailualan työvoimatilanne on heikentynyt. Myös toimialan imago on kärsinyt pandemiasta ja sen korjaaminen tulee viemään aikaa.</p> <p>Henkilöstöpalveluyritykset osallistuvat toimenpiteen toteuttamiseen ja ne voisivat olla jatkossa mukana vastuutahoissa.</p>
<p>45. Edistetään kansainvälisen työvoiman rekrytointia ja työllistymistä matkailualalle.</p> <p>Kansainvälisen työvoiman rekrytointia ja työllistymistä edistetään kehittämällä rekrytointiprosesseja, kannustamalla yrityksiä kansainvälisten osaajien rekrytointiin ja tarjoamalla Suomeen tulleille opiskelijoille urapolkumahdollisuuksia opintojen alusta asti. Matkailuyrityksille tarjotaan koulutusta monikulttuurisen työyhteisön johtamiseen.</p> <p>Vastuu: TEM, TE-toimistot</p>	3	<p>Toimenpidettä on edistetty muun muassa TE-toimistojen koordinoiman Eures-verkoston online-rekrytointitilaisuuksilla, sisällyttämällä matkailutoimiala osaksi Talent Boost -toimenpideohjelmaa sekä Kokka kohti Suomea -hankkeessa. Vuodelle 2022 on useita suunniteltuja toimenpiteitä matkailualan työvoiman rekrytoimisen edistämiseksi, muun muassa neljä isoa virtuaalista rekrytointitahtumaa.</p> <p>Henkilöstöpalveluyritykset osallistuvat toimenpiteen toteuttamiseen ja ne voisivat olla jatkossa mukana vastuutahoissa.</p>

Toimenpide	Toteuma vuoden 2021 lopussa 0 = Ei käynnistetty 1 = Käynnistetty 5 = Valmis	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>46. Vahvistetaan ja monipuolistetaan joustavat mahdollisuudet osaamisen kehittämiseksi työelämälähtöisesti tutkin- to- ja osatutkintokoulutuksessa kaikilla koulutusasteilla, oppisopimuskoulutuk- sessa ja täydennyskoulutuksessa.</p> <p>Yritysten osaamistarpeisiin vastataan parhaiten lyhytkestoisilla, joustavil- la ja työelämälähtöisillä koulutuksilla. Työntekijöiden koulutukseen ja pereh- dytykseen tulee kiinnittää erityistä huo- miota.</p> <p>Vastuu: OKM, OPH, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, TE- toimistot, edunvalvontaorganisaatiot</p>	3	<p>Matkailualan oppilaitokset ovat ke- hittäneet aktiivisesti yhteistyötä toi- mialan järjestöjen ja yritysten kanssa. Oppilaitoksissa on tarjolla paljon erilai- sia koulutusmahdollisuuksia ja -tapoja.</p>

4 Johtopäätökset ja suositukset

4.1 Johtopäätökset

Matkailustrategian toteuman seurannan perusteella kaikissa neljässä teemassa on onnistuttu edistämään matkailun kehittämisen toimenpiteitä. Teemojen ja niiden alle jäsentyvien toimenpideryhmien sisällä toimenpiteiden toteumassa on suurta vaihtelua, eikä siksi minkään teeman tai toimenpideryhmän voi vielä todeta edenneen lähelle valmista. Toimenpideryhmittäin tarkasteltuna kokonaisuutena pisimmälle vaikuttavat edenneen matkailutuotteiden ja -palveluiden digitalisointi ja digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen sekä saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen. Molemmat toimenpideryhmät sisältävät vain muutamia toimenpiteitä.

Yksittäisistä toimenpiteistä jo strategian ensimmäisinä vuosina ovat edenneet merkittävästi kotimaanmatkailuun ja luontomatkailuun liittyvät toimenpiteet. DataHub on perustettu pohjaksi digitalisaation kehitystyölle. Matkailun saavutettavuutta on kehitetty monin tavoin, esimerkiksi osana valtakunnallisen liikennejärjestelmäsuunnitelman valmistelua ja toimeenpanoa. Audiovisuaalisen alan tuotantokannustimen myöntämistä jatketaan.

Vastaavasti joidenkin toimenpiteiden etenemiseen on tarpeen kiinnittää jatkossa erityishuomiota. Suunniteltu matkailun edistämisen poikkihallinnollinen strateginen ohjelma ei edennyt hallitusohjelmaan asti. Tiedolla johtamista tukevia toimia on toteutettu osin, mutta laaja kokonaisuus on vasta alussa. Digipilotista syntyneen toimintamallin levittäminen on alkuvaiheessa. Samoin jakamis- ja alustatalouden sääntelyn kehittämistä on vasta aloitettu.

Taulukossa 13 on kuvattu toimenpideryhmittäin toteuman tilanne vuoden 2021 lopussa.

Taulukko 13. Toteuma toimenpideryhmittäin

Teema	Toimenpideryhmä	Yhteenveto toteumasta
Kestävydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti	Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja	<ul style="list-style-type: none"> Sustainable Travel Finland -merkin käyttöönotto etenee, ja osa toimijoista on jo saanut merkin. Kuitenkin varsinkin pienempien yritysten kehittämistoimenpiteitä estää resursien puuttuminen. Kotimaanmatkailun markkinointiin on panostettu, ja koronapandemia on kasvattanut kotimaanmatkailun painoarvoa. Matkailupalveluiden ja verkkosivustojen esteettömyys on huomioitu kehittämiskohteena, mutta toimenpiteen edistäminen ei ole koordinoitua
	Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaimiseksi	<ul style="list-style-type: none"> Matkailupalveluiden kehittämisteemoista on edennyt erityisesti luontomatkailu, joka on ollut vahva teema-alue jo aiemmin. Vähemmälle huomiolle toistaiseksi ovat jääneet luksusmatkailu, urheilu- ja liikuntamatkailu sekä kiertomatkat.
Matkailualan digitalisointi	Matkailutuotteiden ja -palveluiden digitalisointi ja digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen	<ul style="list-style-type: none"> Suomen matkailupalveluiden näkyvyyttä lisäävä ja eri kanavien ja alustojen hallintaa helpottava Visit Finland DataHub on perustettu, mutta kansallisesta tietokannasta voidaan puhua vasta, kun yritysten tietoja saadaan kattavasti koottua alustalle.
	Matkailualan digiosaamisen kehittäminen	<ul style="list-style-type: none"> Digiosaamisen kehittämistä on toteutettu osana matkailualan koulutustarjontaa ja yksittäisissä piloteissa. Matkailualan digiosaamisen kehittäminen näyttäytyy pistemäisenä ja väljästi koordinoituna toimintana, jonka vaikutavuus on toistaiseksi matkailualalla suhteellisen vähäinen, sillä yrityksistä vain osa on tavoitettu toimenpiteillä.
Matkailupalveluiden kasvua tukeva saavutettavuus	Saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen	<ul style="list-style-type: none"> Saavutettavuuden kehittämistä on tehty lentoyhteyksien, matkailullisesti tärkeiden reitistöjen ja niitä tukevan infrastruktuurin osalta. Suorien lentoyhteyksien kehittämistä on haitannut koronapandemia. Digitaalisen infrastruktuurin strategian mukaisia toimenpiteitä laajakaistayhteyksien kehittämiseksi on tehty, mutta laajakaistayhteyksien toteutus on pitkälti riippuvainen operaattorien investointihalukkuudesta.
	Liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen	<ul style="list-style-type: none"> Liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen on osin käynnistynyt, mutta merkittävä osa toimenpiteistä on kohdennettu vasta myöhäisemmälle ajankohdalle.

Teema	Toimenpideryhmä	Yhteenvedo toteumasta
Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen	Matkailualan tulokselisen yhteistyön vahvistaminen	<ul style="list-style-type: none"> • Matkailualan poikkihallinnollista yhteistyötä on kehitetty asettamalla Matkailufoorumi ja käynnistämällä sen työskentely. Matkailun poikkihallinnollinen strateginen ohjelma ei kuitenkaan edennyt hallitusohjelmaan asti. • Kansainvälistymistä tukevia toimia on jo toteutettu, ja toimenpiteitä on käynnissä laajasti.
	Tiedolla johtamiseen panostaminen	<ul style="list-style-type: none"> • Matkailun tiedonkeruuta toteutetaan jo nyt monipuolisesti. Tiedonkeruu on edellytys mittareiden kehittämiselle ja toimenpiteiden vaikuttavuuden todentamiselle. • Kokonaisuutena tietojen kerääminen näyttäytyy kuitenkin pistemäisenä toimintana, jolloin on riski, etteivät kaikki keskeiset tiedot tule kerättyä oikealla tasolla tai sisällöllä.
	Matkailun kestävä kasvua tukeva lainsäädäntö, maankäyttö sekä toimintakulttuuri	<ul style="list-style-type: none"> • Matkailualaan kytkeytyvää lainsäädäntöä ja viranomaisvalvontaa on kehitetty monin tavoin, mutta erillisten toimenpiteiden sijaan kyse on ennemminkin matkailunäkökulman huomioimisesta muun valmistelun yhteydessä. • Matkailualan näkökulmasta keskeistä jakamis- ja alustatointeen kytkeytyvää sääntelyn kehittämistä on vasta aloitettu. Audiovisuaalisen alan tuotantokannustimen myöntämistä jatketaan. • Koulujen kesälomien siirron yhteiskunnallisten vaikutusten selvittämistarvetta on tunnusteltu.
	Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen	<ul style="list-style-type: none"> • Vaikka alan imagon parantamiseksi on tehty toimenpiteitä, on osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen edelleen merkittävä haaste matkailualalla. Koronapandemia on heikentänyt tilannetta, ja tehokkaiden toimenpiteiden merkitys on korostunut. • Jatkuvan oppimisen koulutusmahdollisuuksia on hyvin tarjolla, mutta haasteena on työvoiman kohtaanto.

4.2 Suositukset

Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja

Suositus 1. Kestävyyden edistämisen ja kotimaanmatkailun merkitys on korostunut viime vuosina, ja niiden tärkeys tulisi tunnistaa jatkossakin. Kestävyyden edistäminen vaatii resursseja, jotta pienimmätkin toimijat voivat toteuttaa kehitystyötä. Osa

kohderyhmien tavoittamista on esteettömyys, jonka laajempi edistäminen edellyttäisi sen nostamista strategiseksi kärjeksi, rahoitusta ja yksilöityjä toimenpiteitä.

Suositus 2. Jatkossa tulisi harkita matkailupalveluiden kehittämisteemojen vähintäänkin alueellista kohdentamista. Matkailupalveluja on kehitetty teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi. Kaikki teemat eivät ole yhtä merkityksellisiä kaikilla alueilla tai kaikille toimijoille (esimerkiksi kaikille matkailun alueorganisaatioille). Panostusten kohdentaminen vaikuttavimmiksi arvioituihin teemoihin on hyödyllisempää.

Matkailualan digitalisointi

Suositus 3: Digitalisaation ja tietovarannon hyödyntämisen etuja ja käyttömahdollisuuksia on syytä tuoda näkyviksi yrityksille. Jatkokehittämisessä kannattaa selvittää erityisesti pienimpien toimijoiden tarpeet. Visit Finlandin DataHub rajapintoihin luo hyvän pohjan jatkotyölle.

Suositus 4: Jatkossa tulisi kehittää digiosaamista edistävien toimenpiteiden kytke- mistä tiiviimmin yhdeksi kokonaisuudeksi, jonka tavoitteet juuri matkailualan edistämiseen on määritelty tarkoin. Matkailualan digiosaamisen kehittämistoimenpiteiden tarve on ilmeinen jatkossakin.

Matkailupalveluiden kasvua tukeva saavutettavuus

Suositus 5: Jatkossa tulisi varmistaa, että laajojen saavutettavuutta kehittävien toimenpiteiden rahoitus on riittävällä tasolla. Monet saavutettavuuden kehittämiseen liittyvät toimenpiteet vaativat toteutuakseen merkittäviä investointeja. Jo edenneet toimenpiteet ovat edenneet tehtyjen investointien ansiosta.

Suositus 6: Seurataan liikennesektorin lainsäädännön vaikutuksia ja tunnistetaan mahdollisia muutostarpeita. Jatketaan alueellisia kokeiluja, ja varmistetaan, että tulokset ovat hyödynnettävissä. Kokonaisuutena matkailun saavutettavuuden edistämiseen kytkeytyy eri hallinnonalojen sisältöjä, joten jatkokehittämistä on syytä tehdä tiiviisti yhteistyötä koordinoiden ja mahdolliset synergiat huomioiden. Läpileikkaavia näkökulmia ovat liikennesektorin kehittämisen lisäksi alueiden elinvoimaisuus ja liikennetkaisuuden kestävyys.

Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

Suositus 7: Kansainvälistymistyön osalta olisi syytä jatkaa eri mahdollisuuksien ja instrumenttien tunnetuksi tekemistä ja yrittää tuoda niitä käyttöön

mahdollisimman laajasti. Suuraluetason yhteistyötä on toteutettu onnistuneesti, ja sitä kannattaa syventää entisestään.

Suositus 8: Tiedolla johtamisen kehittäminen hyötyisi kokonaisvaltaisemmasta näkökulmasta. Tavoitteet, mittarit, tietolähteet, tiedon analysointi ja tiedon esittäminen kytkeytyvät tiiviisti toisiinsa. Niiden kehittäminen olisi vaikuttavinta yhtenä kokonaisuutena. Visit Finland on laatinut matkailun kansallisen tiedolla johtamisen toimintamallin, joka kokoaa eri osia yhteen. Mittaaminen kytkeytyy monin osin muihin politiikkasektoreihin (mm. ilmastopolitiikka, aluepolitiikka), joiden välinen laajempi yhteistyö edistäisi tiedolla johtamisen kehittämistä.

Suositus 9: Matkailun kestävää kasvua tukevan lainsäädännön kehittämistä on syytä jatkaa. Matkailualan toimintaympäristöön välillisestikin kytkeytyvät säädökset vaikuttavat matkailualan toimijoihin ja matkailun kestäväen kasvun edellytyksiin. Kaikkien toimenpiteiden arviointi osana matkailustrategian toteutusta ei kuitenkaan välttämättä ole mielekästä. Esimerkiksi yritysvaikutusten arviointi toteutetaan toimialariippumattomasti.

Suositus 10: Jo aiemmin esiin nousseiden työvoiman saatavuushaasteiden ratkaisemiseksi tarvitaan konkreettisia toimenpiteitä, jotka on mitoitettu muuttuva tilanne huomioiden. Koronapandemian aikana työvoiman saatavuus on noussut aiempaa merkittäväksi matkailualan kehittymistä rajoittavaksi tekijäksi. Vaikka toimenpiteitä on tehty, alan imago on kärsinyt.

4.3 Läpileikkaavia näkökulmia

Matkailustrategian teemat ja toimenpiteet kattavat monipuolisesti koko matkailualan kehittämisen, ja niillä on laajasti kosketuspintoja muille toimialoille. Strategian toimenpiteiden laajuuden vuoksi kaikkien toimenpiteiden kytkökset keskenään eivät ole tiiviitä, ja siten myös niiden toteutumista kuvaavat johtopäätökset ja suositukset ovat osin pistemäisiä. Tähän lukuun on koottu ohjelman eri teemat ja toimenpiteet läpäiseviä havaintoja strategian jatkosuuntaamisen tueksi.

1. **Resurssien riittävyys.** Ohjelman toimenpiteissä hyödynnetään sekä julkista että yksityistä rahoitusta. Yksityisen rahoituksen osuus on merkittävä, sillä monet toimenpiteistä toteutetaan alue- tai paikallistasolla, ja ne vaativat toteutuakseen matkailuyritysten toimenpiteitä. Resurssien vähäisyys vaikeuttaa poikkeuksetta toimenpiteiden vaikuttavaa toteuttamista. Erityisesti tämä korostuu yritysten toipuessa koronapandemian vaikutuksista. Vaikka kaikkiin toimenpiteisiin ei olisikaan kohdennettavissa erillisiä resursseja, tulisi resurssien riittävyyteen kiinnittää huomiota toimenpiteitä suunniteltaessa.

2. **Koronapandemian vaikutusten huomioiminen.** Pienessä osassa toimenpiteistä koronapandemian vaikutukset ovat hidastaneet tai estäneet toteutusta suoraan. Useammissa toimenpiteistä vaikutukset ovat olleet välillisiä ja näkyneet esimerkiksi kehittämisresurssien vähäisyytenä. Jatkossa on tarpeen arvioida, vaikuttaako koronapandemia pysyvästi joidenkin toimenpiteiden toteutukseen, ja toisaalta tarvitaanko väliaikaisia muutoksia. Työvoiman heikko saatavuus ja alan imago ovat kärsineet paljon koronasta.
3. **Pienten toimijoiden huomioiminen.** Suuri osa matkailuyrityksistä on mikroyrityksiä, joiden mahdollisuudet esimerkiksi kestäväyyden ja digitalisaation edistämisen tai markkinoinnin kehittämiseen ovat rajallisia, vaikka tukea ja ohjausta olisikin saatavilla. Toistaiseksi kokonaisuutena toimenpiteet ovat edenneet pienimmissä yrityksissä vain vähän, ja tämä näkökulma kannattaa pitää korostetusti mukana toimenpiteitä suunnitellessa.
4. **Strategian kohdentaminen.** Matkailustrategia sisältää laajasti erilaisia hallinnon kehittämiseen liittyviä toimenpiteitä, joilla on kytkös matkailun edistämiseen, mutta osan kohdalla tämä kytkös on hyvin väljä. Vaikka strategian tavoitteena on edistää matkailualan kilpailukykyistä toimintaympäristöä kokonaisuutena, toimenpiteiden selkeyttämiseksi olisi mielekästä rajata toimenpiteet selkeästi matkailuun kytkeytyviksi. Lisäksi resurssien kohdentamisen näkökulmasta myös strategisella tasolla voisi harkita, voidaanko kaikilla toimenpiteillä saavuttaa tavoiteltuja vaikutuksia, vai tulisiko toimenpiteistä painottaa joitakin teemoja.
5. **Yhteistyö ja yhteiset tavoitteet.** Monet toimenpiteistä ovat edenneet eri toimijoiden, esimerkiksi alueorganisaatioiden ja viranomaisten yhteistyön avulla. Varsinkin niukkojen resurssien tilanteessa yhteistyötä tulee tiivistää entisestään. Matkailufoorumi on osaltaan jo edistänyt yhteistyötä. Monilta osin matkailustrategian toimeenpano hyötyisi tiiviimmästä, ”ohjelmamaisesta” yhteistyöstä, jossa samaan teemaan kytkeytyvät toimenpiteet ja toimijat on kytketty yhteen tavoiteperusteisesti. Vaikuttavuuden seuraamista helpottaisi, jos toimenpiteille olisi määritelty kriteerit valmistumisesta, mahdollisesti täydennettynä välitavoitteiden kriteereillä. Samalla tämä auttaisi kohdentamaan fokusta sellaisiin tavoitteisiin, joihin strategian toimilla eniten voidaan vaikuttaa. Yhteisten ja jaettujen tavoitteiden määrittely kokoaisi luontevasti toimenpiteitä ja toimijoita, ja toisaalta mahdollistaisi vaikuttavuuden seurannan.

Liite 1 Toimijoiden roolit

Matkailustrategian toimenpiteiden toimeenpanosta vastaa moninainen joukko erilaisia toimijoita. Osallistuvat tahot edistävät toimeenpanon toteutumista vastaamalla toimeenpanosta tai toimimalla koordinoivana tahona yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa. Toimenpidekohtaiset vastuutahot vaihtelevat osin alueittain tai toimenpiteen organisoinnin mukaisesti. Matkailustrategiassa on esitetty suositukseksi huomioida alueellisten matkailustrategioiden päivityksessä alueellisten erityispiirteiden rinnalla myös kansallisen matkailustrategian teemat ja päivityssykli.

Seuraavassa on esitetty kuvaukset matkailustrategian keskeisistä toimijoista ja toimijoiden tehtävistä matkailualan kehittämässä.

Julkisen sektorin toimijoiden (valtio/ministeriöt, Metsähallitus, ELY-keskukset, maakuntien liitot, kunnat) tehtäviä:

- Toimintaympäristön luominen alan toimijoille. Toimintaympäristön kehittämisessä on huomioitava kestävän kasvun tukeminen, ennakoitavuus sekä kilpailukykyisyys. Toimintaympäristöä kehittävän lainsäädännön edistäminen sekä tasapuolisten kilpailuedellytysten varmistaminen ja viranomaisvalvonnan kehittäminen.
- Tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnan tukeminen.
- Kehittämissyhteistyön edistäminen pitkäjänteisesti ja systemaattisesti.
- Yritysten ja muiden toimijoiden kehittämispalvelujen ja rahoitusinstrumenttien tarjoaminen asianmukaisesti.
- Matkailualueiden ja kansallispuistojen sekä muiden luonto- ja kulttuurikohteiden infrastruktuurin kehittämiseen ja ylläpitoon investoiminen. Huomioitava kohteita ovat esimerkiksi tiet, jätehuolto, liikenne- ja tietoliikenneyhteydet sekä vesi- ja viemärijärjestelmät.
- Suomen kaupallisen maakuvan vahvistamisen edistäminen.

Business Finland vastaa lain mukaan elinkeinojen uudistumisesta ja kehittämisestä hyödyntäen teknologiaa ja innovaatioita. Business Finland auttaa ja edistää kansainvälistymistä sekä viennin lisäämistä, Suomeen suuntautuvia ulkomaisia investointeja ja matkailua, joka kohdistuu Suomeen. Keskeisimpiä tehtäviä ovat:

- Innovaatioiden, liiketoiminnan ja uuden teknologian kehittämisen edistäminen.
- Ulkomaisten Suomeen kohdistuvien investointien edistäminen.
- Tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnan ja sen tulosta hyödyntämisen edistäminen.
- Audiovisuaalisen alan tuotantokannustimen rahoituksesta vastaaminen.

- **Visit Finland** toimii osana Business Finlandia vastaten erityisesti seuraavista tehtävistä:
 - Suomen kaupallinen maakuvamarkkinointi. Tähän sisältyy imago- ja tuotemarkkinointi suoraan kuluttajille, B2B-suhteiden avaaminen, ylläpito ja muut toimenpiteet sekä PR- ja mediatyö. Toteutus tehdään valituilla kohdemarkkinoilla.
 - Erilaisten selvitysten ja markkinatutkimusten toteutus ja tutkimustiedon analysointi matkailutoimijoille.
 - Markkinointi- ja kehityshankkeiden ohjaus ja neuvonta. Mukana tässä myös alueorganisaatiot ja kehittämisorganisaatiot.
 - Toimivan yhteistyön varmistaminen ja aktiivisessa yhteistyössä operointi yritysten, alueorganisaatioiden ja muiden suuralueyhteistyössä mukana olevien toimijoiden kanssa.
 - Visit-Finland-ulkomaanedustajien toimintaresurssien varmistaminen.
 - Matkailukohteiden- ja yritysten tuotteiden markkinoinnin mahdollistaminen. Visit Finland tukee ja tarjoaa mahdollisuuksia markkinointiin ja myyntityöntekemiseen esimerkiksi verkostojen ja yhteyksien avaamisella matkailuyritysten ja kansainvälisten myyntikanavien välille.
 - Kysyntään vastaaminen tukemalla kehittämistyötä: ohjaaminen, sparraaminen ja koordinointi tuotetarjonnan kehittämisessä.

Matkailun alueorganisaatioilla on vahva rooli matkailun kehittäjänä. Toimintatavat ja alueellinen kattavuus (esimerkiksi kaupunki, kunta, maakunta) vaihtelevat organisaatiosta riippuen. Matkailun alueorganisaatioita on yhteensä noin 70. Alueorganisaatioiden rooli on kehittynyt viime vuosien aikana kattaen yhä laajemman tehtäväkentän.

Alueorganisaatioiden rooliin sisältyy esimerkiksi:

- Toimialueen matkailutoimijoiden yhteistyöfooruminen toimiminen sekä tiedon välittäminen ja matkailuneuvonta.
- Alueellisen matkailun kokonaiskehittämisen koordinointi ja tarpeen mukaan johtaminen.
- Alueen matkailutarjonnan koordinoiminen ja kokoaminen yhteistyössä yrittäjien kanssa, tavoitteena saada matkailutarjontaa yhä suuremmiksi myyntikelpoisiksi kokonaisuuksiksi.
- Alueen matkailun palveluketjun toimivuudesta ja katkeamattomuudesta vastaaminen ja matkailun yhteismarkkinoinnin organisointi.
- Visit Finlandin ja yrittäjien yhteistyön varmistaminen toimimalla linkkinä toimijoiden välissä.

Alueellisten kehittämissyhtiöiden rooliin sisältyy esimerkiksi:

- Uusien investointien edistäminen houkuttelemalla toimijoita investoimaan alueelle.
- Osaltaan hallinnoida matkailuhankkeita ja varmistaa hankkeiden kehitystavoitteiden vastaavuus alueen matkailuelinkeinon ja matkailun alueorganisaatioiden tarpeiden kanssa.
- Vastata esimerkiksi yritysneuvonnan ja muiden vastaavien liiketoimintaa ja kehittämistä tukevien palveluiden kehittämisestä.

Tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden vastuulla on mm.:

- Matkailun koulutuksesta sekä tutkinto- ja täydennyskoulutusten avulla osaamisen kehittämisestä vastaaminen. Omalta osaltaan tutkimus- ja koulutusorganisaatiot ovat täten vastuussa osaamisen kehittämisestä osaamistarpeiden kehittyessä ja muuttuessa.
- Aktiivinen osallistuminen oman alueensa matkailuelinkeinon täydennys- ja uudelleen koulutusten toteuttamiseen.
- Osaltaan vastata alueen tutkimus- ja kehittämishankkeiden asiantuntijuudesta ja varmistaa hallinnoitavien hankkeiden kehitystavoitteiden vastaavuus alueen matkailuelinkeinon ja matkailun alueorganisaation tarpeisiin nähden.
- Kansallisten strategisten matkailun tavoitteiden huomioiminen.
- Laadukkaan tutkimustiedon tuotannosta vastaaminen huomioiden kestävä kasvun ja uudistumisen. Tutkimustiedon levittäminen ja jalkauttaminen.

Matkailuyritysten rooliin sisältyy:

- Oman liiketoimintansa osaamisen kehittäminen ja liiketoimintaansa kohdistuvien kehittämistoimenpiteiden kustannuksiin osallistuminen.
- Omien palveluidensa myynnistä ja markkinoinnista vastaaminen.
- Oman alueensa matkailuverkoston toimintaan osallistuminen.

Liite 2 Määrällisten mittarien selitteet ja lähteet

Matkailukysyntä kuvaa matkailupalveluiden ja -tuotteiden ostamiseen käytettyä rahamäärää vuoden aikana. Matkailukysynnän kolme osatekijää ovat ulkomainen matkailukysyntä, suomalaisten vapaa-ajan matkailukysyntä sekä suomalaisten muu matkailukysyntä, joka sisältää työmatkakorvaukset ja omien mökkien laskennallisen käytön. Matkailun kokonaiskysyntä sisältää suomalaisten ja ulkomaisten matkailijoiden kulutusmenot Suomessa. Lähde: Matkailutilinpito.

Matkailuvienti eli ulkomainen matkailukysyntä kuvaa kansainvälisten matkailijoiden matkailupalveluiden ja -tuotteiden ostamiseen käyttämää rahamäärää Suomessa vuoden aikana. Lähde: Matkailutilinpito.

Kotimainen matkailukysyntä kuvaa suomalaisten matkailijoiden matkailupalveluiden ja -tuotteiden ostamiseen Suomessa käytettyä rahamäärää vuoden aikana. Lähde: Matkailutilinpito.

Matkailun suora arvonlisä BKT:sta tarkoittaa matkailun aikaansaaman arvonlisäyksen eli jalostusarvon osuutta Suomen bruttokansantuotteesta. Matkailun arvonlisäys on Matkailutilinpidon lukujen valossa pysytellyt 2,5 prosentin BKT-osuuden tuntumassa vuodesta 2015 lähtien. Lähde: Matkailutilinpito.

Matkailuklusterin yritysten liikevaihto kuvaa matkailuklusteriin kuuluvien majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalveluiden, henkilöliikenteen sekä vuokraus- ja leasing- toimintaa harjoittavien yritysten liikevaihtoa. Matkailuklusteriin kuuluvia toimialoja ovat majoitustoiminta, ravitsemistoiminta, rautateiden henkilöliikenne, tieliikenteen henkilökuljetus, vesiliikenteen henkilökuljetus, lentoliikenteen henkilökuljetus, liikennevälineiden vuokraus, matkatoimisto- ja matkanjärjestäjäpalvelut, kulttuuripalvelut sekä urheilu- ja virkistystoiminta. Matkailun ydinklusteriin lasketaan majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalvelut. Lähde: Matkailun toimialaraportti ja Matkailutilinpito.

Matkailun aikaansaama työllisyys kuvaa matkailualan työllisyysvaikutuksia. Matkailutoimialojen työllisyysvaikutusten mittarina toimii työllisten lukumäärä sekä kullakin toimialalla tehdyt työtunnit. Lähde: Matkailutilinpito.

Rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet tarkoittavat tilastoinnin pariin kuuluvia yöpymisiä majoitusliikkeissä, joissa on vähintään 20 vuodepaikkaa tai sähköpistokkeella varustettua matkailuvaunupaikkaa sekä retkeilymajat. Lähde: Tilastokeskus Majoitustilasto.

Suomen markkinaosuus ulkomaisista yöpymisistä suhteessa muihin Pohjoismaihin kuvaa Suomen osuutta ulkomaisten matkailijoiden rekisteröidyistä yöpymisvuorokausista Pohjoismaissa. Lähde: Tilastokeskus Majoitustilasto ja muiden Pohjoismaiden tuottamat vastaavat tilastot. Tiedon kokoaa Visit Finland.

Majoitusmyynti on majoitusliikkeiden ilmoittama majoituksen myyntitulo (alv. mukaan lukien). Lähde: Tilastokeskus Majoitustilasto.

Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden suosituimpien kohteiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset kokonaistulovaikutukset tarkoittavat kävijöiden rahankäytöstä lähialueelle syntyviä välittömiä ja välillisiä tulovaikutuksia/vuosi. Menetelmässä tarkastellaan vaikutuksia paitsi kaikkien kävijöiden osalta, myös erikseen niiden kävijöiden osalta, joille selvityksen kohteena oleva alue oli matkan pääsyy. Lähde: Metsähallitus.

Metsähallituksen suojelualueiden, retkeilyalueiden ja luontokeskusten käyntimäärä kuvaa vuotuisia käyntimääriä Metsähallituksen suojelu- ja retkeilyalueilla sekä luontokeskuksissa. Lähde: Metsähallitus.

Suomen sijoitus ulkomaisten yöpymisten sesonkiluonteisuudessa suhteessa muihin Pohjoismaihin ilmaistaan laskemalla kunkin maan Gini-kertoimet ja asettamalla Pohjoismaat tuloksen mukaiseen järjestykseen pienimmän Gini-kertoimen saaneen valtion sijoituessa ensimmäiseksi. Gini-kerrointa käytetään yleensä kuvaamaan tuloeroja. Yöpymistilastojen osalta Gini-kerrointa voidaan käyttää ilmentämään matkailun sesonkivaihtelua. Mitä suuremman arvon Gini-kerroin saa, sitä epätasaisemmin matkailijayöpymiset jakaantuvat alueelle vuoden aikana. Gini-kertoimen suurin mahdollinen arvo on yksi. Tällöin yöpymiset osuvat vain yhdelle kuukaudelle koko vuoden aikana. Pienin mahdollinen Gini-kertoimen arvo on 0, jolloin yöpymisten määrä on täysin sama joka kuukausi. Vuonna 2015 Suomen Gini-kerroin koko maan tasolla oli 0,16 eli noin puolet muiden Pohjoismaiden ginikertoimesta. Siten Suomi sijoittuu ensimmäiselle sijalle suhteessa muihin Pohjoismaihin. Tavoitteena on pitää tämä sijoitus. On huomioitava, että alueellisesti vaihtelu on suurta. Lähde: Visit Finland.

LÄHTEET

- Business Finland. (2021a). Kestävyys matkailuvalttina. Matkailun kestävä kehittäminen. [Verkkojulkaisu]. Saatavilla: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti>
- Business Finland. (2021b). Vastuullisen matkailun puolesta. Sustainable Travel Finland. [Verkkojulkaisu]. Saatavilla: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland>
- Business Finland. (2021c). Suomesta älykäs matkakohde. Matkailun digitaalinen kehitys. [Verkkojulkaisu]. Saatavilla: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/toiminta-suomessa/digitaalinen-kehitys>
- Business Finland. (2021d). Houkutteleva Suomi. Yöpymisten kehityskatsaus. Majotusliikkeiden yöpymisten kehitys. Saatavilla: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/matkailuvuosi>
- Marski, L. (2021). Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus. TEM toimiala-raportit 2021:1. Helsinki. Saatavilla: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162841/TEM_2021_01_t.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Metsähallitus. (2021a). Kansallispuistot ja retkeilyalueet tärkeitä paikallistaloudelle. [Verkkojulkaisu]. Saatavilla: <https://www.metsa.fi/vapaa-aika-luonnossa/hyvinvointia-luonnosta/taloushyotyja-luonnosta/kansallispuistojen-hyotyja-paikallistalouteen/>
- Metsähallitus. (2021b). Käyntimääriä suojelu- ja retkeilyalueilla sekä palvelupisteillä. [Verkkojulkaisu]. Saatavilla: <https://www.metsa.fi/vapaa-aika-luonnossa/kayntimaarat/>
- Suomen virallinen tilasto (SVT). Majoitustilasto [verkkojulkaisu]. ISSN=1799-6309. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 1.11.2021]. Saatavilla: <http://www.stat.fi/til/matk/>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2019). Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2019:60. Helsinki. Saatavilla: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161906/TEM_2019_60.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2021a). Matkailualan julkaisu. Saatavilla: <https://tem.fi/toimialapalvelu/matkailuala>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2021b). Koronapandemian vaikutukset Suomen matkailukysyntään -kehitysarviot. Julkistus 6.9.2021, perustuu tilanteeseen 1.9.2021. Saatavilla: <https://tem.fi/-/arvio-matkailun-kulutus-jaa-tana-vuonna-yha-30-40-prosenttia-pandemiaa-edeltaneen-tason-alapuolelle>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2021c). Arvio: Koronapandemia supisti matkailijoiden kulu-tusta Suomessa yli 40 prosenttia. Tiedote 22.2.2021. Saatavilla: <https://tem.fi/-/arvio-koronapandemia-supisti-matkailijoiden-kulutusta-suomessa-yli-40-prosenttia>
- Visit Finland. Matkailutilinpito, 2019. Matkailutilinpidon avainluvut. Saatavilla: https://www.businessfinland.fi/4a4743/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/matkailu-tilinpito_raportti_2018_2019.pdf
- Visit Finland. (2021). Matkailutilinpito. Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2018–2019. Business Finland, Visit Finland. Saatavilla: https://www.businessfinland.fi/4a4743/globalas-sets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/matkailutilinpito_raportti_2018_2019.pdf

Verkkajulkaisu
ISSN 1797-3562
ISBN 978-952-327-959-9

Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi
Julkaisumyynti: vnjulkaisumyynti.fi